



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*TOMASZ CHRÓSTNY*

RŁO.610.8.2022.MM

Łódź, dnia 19 kwietnia 2023 r.

**Wersja jawna**

**DECYZJA Nr RŁO 2/2023**

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.) po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**uznaje za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce, polegające na:**

1. wykorzystywaniu telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami,

- co stanowi naruszenie art. 172 ust. 1 w związku z art. 174 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2022 r. poz. 1648 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275);

2. wywoływaniu wrażenia w trakcie prowadzonych przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce rozmów telemarketingowych, podczas których konsument zachęcany jest do umówienia spotkania handlowego dotyczącego usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych, że konsument może uzyskać do 20 500 złotych dotacji w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” na „instalację fotowoltaiczną”, podczas gdy wysokość dofinansowania w postaci dotacji dla mikroinstalacji fotowoltaicznej w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” wynosi do 4 tys. zł (bez zakupu dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) lub do 5 tys. (przy zakupie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) na jedno przedsięwzięcie, a koniecznym warunkiem otrzymania łącznej dotacji w wysokości do 20 500 zł w ramach naboru do ww. programu jest zakup i montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej oraz jednocześnie wszystkich wymienionych w ww. programie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej w zakresie magazynowania ciepła, magazynowania energii elektrycznej oraz systemu zarządzania energią,



- co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275)

**i nakazuje zaniechanie ich stosowania.**

**II.** Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.),

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nadaje niniejszej decyzji w zakresie pkt I sentencji decyzji **rygor natychmiastowej wykonalności.**

**III.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**nakłada na Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce kary pieniężne:**

a) w wysokości **605 104,00 zł (słownie: sześćset pięć tysięcy sto cztery złote)** z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I.1. sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa;

b) w wysokości **605 104,00 zł (słownie: sześćset pięć tysięcy sto cztery złote)** z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I.2. sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa.

**IV.** Na podstawie art. 106b ust. 1 i 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

1. **nakłada na Roberta Personę** - osobę zarządzającą Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce

a) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce zakazu określonego w art. 24 ust. 2 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 75 000,00 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,

b) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce zakazu określonego w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 75 000,00 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,

2. **nakłada na Marcina Sperkę** - osobę zarządzającą Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce

a) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce zakazu określonego w art. 24 ust. 2 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 50 000,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,

b) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce zakazu określonego w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 50 000,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i § 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r., poz. 2000 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**obciąża** Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce **kosztami niniejszego postępowania w wysokości 66,40 zł (słownie: sześćdziesiąt sześć złotych czterdzieści groszy)** oraz zobowiązuje przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

## UZASADNIENIE

Postanowieniem z dnia 22 lipca 2022 r. (*dowód: karty 31-32*) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także: „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK”) wszczął postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z działalnością Asmanta Call Center spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Oddział w Polsce z siedzibą w Poznaniu, oraz podmiotów z nią

powiązanych czy współpracujących, m.in. w zakresie działalności marketingowej, w tym telemarketingowej (sygn. RŁO.403.2.2022.MM).

W dniu 25 listopada 2022 r. postanowieniem Nr 1/610.8.2022 (*dowód: karty 1-8*) na podstawie art. 49 ust. 1 w zw. z art. 101 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.; dalej także: „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”, „uokik”) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Łozowej (Ukraina)<sup>1</sup> wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce (dalej także: „Przedsiębiorca”, „Spółka”, „Asmanta”) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. wykorzystywaniu telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami,

- co może stanowić naruszenie art. 172 ust. 1 w związku z art. 174 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2022 r. poz. 1648 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275);

2. wywoływaniu wrażenia w trakcie prowadzonych przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Łozowej (Ukraina) wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce rozmów telemarketingowych, podczas których konsument zachęcany jest do umówienia spotkania handlowego dotyczącego usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych, że konsument może uzyskać do 20 500 złotych dotacji w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” na „instalację fotowoltaiczną”, podczas gdy wysokość dofinansowania w postaci dotacji dla mikroinstalacji fotowoltaicznej w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” wynosi do 4 tys. zł (bez zakupu dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) lub do 5 tys. (przy zakupie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) na jedno przedsięwzięcie, a koniecznym warunkiem otrzymania łącznej dotacji w wysokości do 20 500 zł w ramach naboru do ww. programu jest zakup i montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej oraz jednocześnie wszystkich wymienionych w ww. programie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej w zakresie magazynowania ciepła, magazynowania energii elektrycznej oraz systemu zarządzania energią,

- co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275);

oraz przeciwko:

---

<sup>1</sup> Obecnie Spółka posiada siedzibę w Charkowie (Ukraina) - wypis z Jednolitego Państwowego Rejestru Osób Prawnych, Osób Fizycznych - Przedsiębiorców i Organizacji Społecznych Ukrainy, karty 765-770.

- (*informacja prawnie chroniona*) - jako osobie zarządzającej w Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Łozowej (Ukraina) wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce,

- (*informacja prawnie chroniona*) - jako osobie zarządzającej w Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Łozowej (Ukraina) wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce

w sprawie nałożenia kary pieniężnej na podstawie art. 106b ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Łozowej (Ukraina) wykonującej w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce zakazów określonych w art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), w zakresie wskazanym w pkt 1 i 2 sentencji niniejszego postanowienia.

Sprawa została przekazana przez Prezesa Urzędu Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (*dowód: karta 16*).

Postanowieniem Nr 2/610.8.2022 z dnia 9 grudnia 2022 r. (*dowód: karty 23-24*) Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów we wszczętym wobec Przedsiębiorcy postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym o sygn. RŁO.403.2.2022.MM) oraz inne dokumenty uzyskane przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Postanowieniem Nr 3/610.8.2022 z dnia 9 stycznia 2023 r. (*dowód: karty 107-110*) Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów we wszczętym wobec Przedsiębiorcy postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym o sygn. RŁO.403.2.2022.MM, dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym prowadzonym w celu wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z działalnością (*informacja prawnie chroniona*), oraz podmiotów z nią powiązanych lub współpracujących, w tym w zakresie działalności telemarketingowej oraz przy prowadzeniu stron internetowych służących m.in. promocji i sprzedaży usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych wraz z usługami towarzyszącymi (sygn. RŁO.403.2.2021) oraz inne dokumenty uzyskane przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Pismami z dnia 25 listopada 2022 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę oraz (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (*dowód: karty: 17-22*). Pismami z dnia 9 grudnia 2022 r. (*dowód: karty 25-30*) oraz 9 stycznia 2023 r. (*dowód: karty 111-122*) Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zaliczeniu do materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu wskazanych dokumentów.

Postanowieniem nr 4/610.8.2022 z dnia 9 stycznia 2023 r. Prezes UOKiK ograniczył Spółce prawo wglądu do wskazanego w postanowieniu materiału dowodowego (*dowód: karty 123-125*). Postanowieniem nr 5/610.8.2022 z dnia 9 stycznia 2023 r. ograniczył (*informacja prawnie chroniona*) prawo wglądu do wskazanego w postanowieniu materiału dowodowego (*dowód: karty 126-129*). Postanowieniem nr 6/610.8.2022 z dnia 9 stycznia 2023 r. ograniczył (*informacja prawnie chroniona*) prawo wglądu do wskazanego w postanowieniu materiału dowodowego (*dowód: karty 130-133*). Postanowieniem nr 7/610.8.2022 z dnia 1 lutego 2023 r. ograniczył (*informacja prawnie chroniona*) prawo wglądu do wskazanego w postanowieniu materiału dowodowego (*dowód: karty 586-588*).

Postanowieniem Nr 8/610.8.2022 z dnia 28 lutego 2023 r. (*dowód: karty 608-609*) Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów we wszczętym wobec Przedsiębiorcy postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym o sygn. RŁO.403.2.2022.MM, dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym prowadzonym w celu wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z działalnością (*informacja prawnie chroniona*), oraz podmiotów z nią powiązanych lub współpracujących, w tym w zakresie działalności telemarketingowej oraz przy prowadzeniu stron internetowych służących m.in. promocji i sprzedaży usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych wraz z usługami towarzyszącymi (sygn. RŁO.403.2.2021) oraz inne dokumenty uzyskane przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Pismem z dnia 17 marca 2023 r. Spółka wniosła o zawieszenie postępowania z uwagi na brak w składzie organu reprezentacji uniemożliwiający Spółce czynny udział w prawie i w konsekwencji brak zdolności do czynności prawnych (*dowód: karty 708-716*). Postanowieniem nr 9/610.8.2022 z dnia 19 kwietnia 2023 r. Prezes Urzędu odmówił zawieszenia postępowania.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000 ze zm.; dalej jako „kpa”), pismem z dnia 21 marca 2023 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę oraz (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy i wypowiedzenie się co do zebranych dowodów i materiałów (*dowód: karty 706-707*). Spółka skorzystała z uprawnienia do zapoznania się z aktami sprawy w dniu 27 marca 2023 r. (*dowód: karty 774-776*).

### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny**

Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) jest wpisana do Jednolitego Rejestru Państwowego podmiotów prawnych i osób fizycznych - przedsiębiorców oraz ugrupowań politycznych Ukrainy pod numerem 44009023 (*dowód: karta 206*). Oddział zagranicznego Przedsiębiorcy Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) został wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej jako: „KRS”) w dniu 15 września 2021 r. pod numerem 0000920149 (*dowód: karty 9-11*).

Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, której głównym przedmiotem jest działalność centrów telefonicznych (call center). Działalność telemarketingowa Spółki dotyczy m.in. usług wykonania instalacji fotowoltaicznych oraz zapraszania na spotkania handlowe organizowane poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki zawartymi w piśmie z dnia 28 września 2022 r. jej działalność skupia się na świadczeniu usług centrów telefonicznych na rzecz ich kontrahentów i polega w większości na realizacji połączeń wychodzących, których tematyka ustalana jest z kontrahentami. Ponadto Przedsiębiorca zajmuje się również generowaniem tzw. leadów, tj. pozyskiwaniem informacji o zainteresowaniu danej osoby określoną tematyką oraz umawianiem tych osób na spotkania lub prezentacje w tym przedmiocie, a finalnie sprzedaż gotowego spotkania z osobami zainteresowanymi określoną tematyką na rzecz kontrahentów (*dowód: karta 163*).

Numery telefonów, na które wykonywane są połączenia telemarketingowe, Spółka nabywa od przedsiębiorcy (*informacja prawnie chroniona*). Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki

są to pakiety danych zawierające wyłącznie numer telefonu wytypowany w oparciu o kryterium geograficzne bez przypisanych jakichkolwiek innych danych (dowód: karta 166).

Z zebranych w toku postępowania wyjaśniającego informacji wynika, że Asmanta w ramach prowadzonej działalności telemarketingowej świadczy lub świadczyła usługi na rzecz (informacja prawnie chroniona) (dalej: „(informacja prawnie chroniona)”), (informacja prawnie chroniona) (dalej: „(informacja prawnie chroniona)”), (informacja prawnie chroniona), (informacja prawnie chroniona) (dowód: karta 168).

Zgodnie z informacjami przekazanymi w piśmie (informacja prawnie chroniona) z dnia 23 listopada 2022 r. (dowód: karty 427-434) (informacja prawnie chroniona) jest podmiotem wpisanym zarówno do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej jak i rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Według oświadczenia ww. Fundacji, w ramach realizacji swoich celów statutowych ma podejmować ona *różne działania mające na celu promowanie zdrowego trybu życia, przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu i informacyjnemu*. Część tych działań realizowana ma być poprzez prowadzone kampanie telefoniczne realizowane na rzecz Fundacji przez podmioty zewnętrzne. Zdaniem (informacja prawnie chroniona) jej działania zmierzają do wsparcia z jednej strony osób np. narażonych na wykluczenie cyfrowe, wykluczenie informacyjne, zainteresowanych zdrowym trybem życia itp., a z drugiej strony wsparcia podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży sprzętów i towarów mających za cel poprawę warunków życia tych osób. Fundacja ta działa głównie na rzecz podmiotów organizujących pokazy handlowe poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zgodnie z informacjami przekazanymi w piśmie (informacja prawnie chroniona) z dnia 23 listopada 2022 r. (dowód: kart 483-493) Fundacja jest podmiotem wpisanym zarówno do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej jak i rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. W ramach realizacji swoich celów statutowych (informacja prawnie chroniona), jak twierdzi, „*podejmuje różne działania mające na celu promowanie odnawialnych źródeł energii z jednej strony wspierając podmioty gospodarcze z branży odnawialnych źródeł energii, np. związane z panelami słonecznymi, które po zmianie przepisów dotyczących rozliczeń prosumentów potrzebują takiego wsparcia, z drugiej strony propagując i promując proekologiczne rozwiązania wśród społeczeństwa za pośrednictwem prowadzonych kampanii informacyjnych*”. Te cele są realizowane m.in. w drodze telefonicznych kampanii informacyjnych realizowanych na rzecz ww. Fundacji przez jej kontrahentów. Poprzez te kampanie gromadzone są dane osobowe osób zainteresowanych wdrożeniem rozwiązań związanych z odnawialnymi źródłami energii we własnych gospodarstwach domowych lub firmach.

Spółka wskazała, że zasady, w oparciu o które prowadzone są połączenia w tym kształt i treść rozmowy nie były udostępniane kontrahentom, ani przez nich akceptowane. Mieli oni jedynie niewielki wpływ na treść rozmowy wskazując np. nazwę realizowanego programu lub przedmiot mający pełnić rolę upominku w przypadku udziału w spotkaniu (dowód: karty 168-169).

W ramach wykonywania działalności poza połączeniami wykonywanymi bezpośrednio przez konsultantów Przedsiębiorca wykorzystuje również programy komputerowe wspomagające automatyzację rozmów oraz automatyzujące rozmowy. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki połączenie realizowane w sposób zautomatyzowany przebiega w sposób analogiczny jak rozmowa z konsultantem. Program automatyzujący rozmowę jest oparty o sztuczną inteligencję i zasady nauczania maszynowego, przez co dobiera samodzielnie odpowiedź do kontekstu wypowiedzi rozmówcy. Na podstawie rozmowy, tj. wykrytych przez system fraz oraz kontekstu wypowiedzi rozmówcy, system uzupełnia tzw. formularz rozmowy

bazując na zadanych pytaniach i udzielanych odpowiedziach. W modelu półautomatycznym konsultant reagując na sformułowania przekazywane przez rozmówcę wybiera odpowiednie pole w programie, którego wybór powoduje udzielenie przez system odpowiedzi poprzez odtworzenie nagrania określonej treści. Konsultant w modelu półautomatycznym ręcznie uzupełnia formularz rozmowy bazując na zadawanych pytaniach i udzielanych odpowiedziach (dowód: karta 169).

Spółka współpracowała z (informacja prawnie chroniona) na podstawie i w zakresie zawartej umowy o świadczenie usług administracji i wsparcia systemów i zabezpieczeń sieciowych (dowód: karta 171).

Spółka w zakresie automatyzacji masowego wykonywania i realizacji połączeń telefonicznych w związku ze świadczeniem usług marketingowych zawarła w dniu 01.03.2021 r. Umowę przeniesienia praw do programu komputerowego z (informacja prawnie chroniona) (dowód: karty 332-335). § 4 ust. 4.1. ww. umowy stanowi: „Parterowi zabronione jest korzystanie z Komunikacji w sposób, którego celem lub efektem byłoby: (a) podawanie nieprawdziwego lub wprowadzającego w błąd oznaczenia nadawcy; (b) kierowanie wiadomości do odbiorców, którzy nie wyrazili na to zgody lub taką zgodę cofnęli; (c) kierowanie wiadomości do odbiorców w sposób uporczywy; (d) rozpowszechnię treści o podwyższonym koszcie, jak usługi Premium SMS, Premium Rate, itp.; (e) rozpowszechnianie spamu (wiadomości niechcianych); (f) rozpowszechniania treści wpływających negatywnie na pracę lub przeciążenie systemów teleinformatycznych Licencjodawcy i innych podmiotów; (g) rozpowszechnianie treści sprzecznych z prawem, naruszających dobra osobiste lub ogólnie przyjęte normy społeczne lub obyczajowe”.

Przedsiębiorca w wiadomości e-mail z dnia 13 sierpnia 2022 r., wysłanej z adresu iodo@asmanta.com do konsumentki wskazał: „Dzień dobry, w odpowiedzi na wiadomość wskazuję, iż Asmanta Call Center Sp. z o.o. wykonuje połączenia w imieniu Fundacji. Asmanta Call Center Sp. z o.o. wykorzystuje numery telefonów, znajdujące się w pakietach, które każdorazowo nabywa od współpracującego podmiotu - spółki (informacja prawnie chroniona). Numery te nie są przekazywane innym podmiotom. W tym miejscu należy wskazać, że nabywane pakiety nie zawierają danych pozwalających na identyfikację lub ustalenie tożsamości osób, z którymi nawiązywany jest kontakt. Jednocześnie, Asmanta Call Center Sp. z o.o. nie dysponuje środkami prawnymi, technicznymi bądź organizacyjnymi, umożliwiającymi dokonanie identyfikacji podmiotów, z którymi następuje kontakt. Nie jest również możliwe przypisanie posiadanych informacji do konkretnej osoby fizycznej, do momentu bowiem ewentualnego podania przez rozmówcę danych osobowych, rozmowa odbywa się anonimowo. (...) Tym samym należy wskazać, że Fundacja nie dysponuje środkami prawnymi, technicznymi bądź organizacyjnymi, umożliwiającymi jej dokonanie identyfikacji podmiotów, z którymi następuje kontakt. Fundacja nie jest również w stanie przypisać posiadanych informacji do konkretnej osoby fizycznej, do momentu bowiem ewentualnego podania danych osobowych przez rozmówcę, rozmowa odbywa się anonimowo. Mając powyższe na uwadze, w naszej opinii nie jest zatem zasadne uznanie numeru telefonu za dane osobowe. Czego konsekwencją jest prezentowane przez Fundację stanowisko, iż przed otrzymaniem Państwa wiadomości mailowej Fundacja nie przetwarzała Państwa danych osobowych” (dowód: karty 97-98).

Prezes Urzędu w okresie od maja 2022 r. otrzymał kilkadziesiąt skarg i wiadomości od konsumentów, dotyczących działalności Asmanta Call Center. Do akt postępowania włączono 65 skarg. Konsumenti ci podnosili, że otrzymują liczne połączenia telefoniczne z zaproszeniem m.in. na spotkania handlowe lub w celu umówienia spotkania z doradcą z firmy zajmującej się fotowoltaiką. Jednocześnie powtarza się zarzut konsumentów, że połączenia te są niechciane, konsumenci nie wyrazili zgody na przetwarzanie ich numerów telefonu w celach marketingowych, niektórzy konsumenci twierdzili wręcz, że połączenia te mają



nękający charakter i uprzykrzają życie. Poniżej znajdują się przykładowe fragmenty skarg konsumenckich (pisownia oryginalna):

*„Firma prowadzi agresywną politykę nękania użytkowników numerów oferując spotkania w ramach „badań”: Zdrowie Razem”. (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 13 sierpnia 2022 r., RPW/50736/2022; dowód: karta 97)*

*„Jestem prześladowany notorycznymi telefonami z firmy asmanta. (...) Chciałbym złożyć skargę na uprzykrzanie życia ciągłym nękaniem telefonicznym.” (wiadomość e-mail konsumenta z dnia 18 sierpnia 2022 r., RPW/51757/2022; dowód: karta 95)*

*„Nigdy nie udostępniałem Państwo ani innym podmiotom numeru telefonu w celach marketingowych.” (wiadomość e-mail konsumenta z dnia 12 sierpnia 2022 r., RPW/50395/2022; dowód: karta 91)*

*„Zgodnie z art. 172 ustawy - Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz.U. z 2021 r. poz. 576), używanie automatycznych systemów wywołujących w celach marketingu bezpośredniego jest zakazane, jeśli abonent lub użytkownik końcowy nie wyraził zgody na wykorzystanie tychże systemów w tym celu. Nie wyraziłam takiej zgody zarówno Państwa spółce, jak i żadnemu innemu podmiotowi, kiedykolwiek. Tymczasem od kilku lat dostaję od Państwa spółki po kilka telefonów tygodniowo - w godzinach pracy, w godzinach odpoczynku. To jest nękanie, w dodatku automatyczne, bez żywej osoby po drugiej stronie połączenia. Nie jestem zainteresowana ani fotowoltaiką, ani darmowym laptopem, ani niczym innym. Nie jestem zainteresowana żadną komunikacją marketingową od jakiegokolwiek podmiotu, a zwłaszcza nie życzę sobie nękania przez roboty. Wyrażałam swoje żądania wielokrotnie wprost, przez telefon - bez ŻADNEGO skutku. Za chwilę otrzymywałam kolejny telefon. Ale wreszcie, na podstawie ostatniego telefonu od Państwa spółki (z numeru +48 62 590 01 72; 11.08.2022, 12:40), udało mi się Państwa namierzyć.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 11 sierpnia 2022 r., RPW/50105/2022; dowód: karta 90)*

*„Uprzejmie proszę o zajęcie się sprawą fundacji Asmanta Twoja zielona przyszłość. Fundacja nęka mnie telefonami od miesiący, natarczywie. Podczas rozmowy nie dają dojść do głosu a gdy poraz kolejny wypowiadam zgody marketingowe powtarzają jak mantrę "nie mamy takich informacji" na zadane pytania nie odpowiadają. Na informacje o zgłpszwaniu na policję nie reagują. Zakrzykują. Wiele razy próbowałam dowiedzieć się dlaczego dzwonią i wiele razy prosiłam o zaprzestanie. Czuję się już wykończona i bardzo źle wpływa na mnie każdy kontakt z tej firmy. Muszę odbierać tego typu numery z powodu mojej pracy.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 17 grudnia 2022 r., RPW/83929/2022; dowód: karta 581)*

*„Dzień dobry, Proszę Państwa o pomoc w sprawie nękania mnie telefonami przez call center Asmanta ul. 3 Maja 49c, 61-728 Poznań. Dzwonią na mój nr tel. (...) Podczas rozmów telefonicznych informowana jestem, że dzwonią z udostępnionej bazy danych, ale odmawiają podania informacji kto tę bazę udostępnił. Po czym konsultant się rozłącza. Za każdym razem proponują ofertę kierowaną do mieszkańców Pomorza. Nigdy nie udzielam zgód marketingowych nawet w banku, stąd bulwersują mnie te połączenia. Ostatni Tel przychodzący z numeru 41 202 11 02, godzina 15:23 16.12.2022 roku. W dniu dzisiejszym wysłałam do w/w firmy żądanie udostępnienia informacji o źródle pozyskania mojego telefonu, którego to wysłałam również do Państwa wiadomości.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 16 grudnia 2022 r., RPW/83928/2022; dowód: karta 580)*

*„Proszę o pomoc w rozwiązaniu problemu. Od kilku miesięcy codziennie jestem nękana telefonami z firmy Asmanta. Nie jestem zainteresowana oferowaną przez nich dotacją na fotowoltaikę i za każdym razem jasno to podkreślam z prośbą o zaprzestanie telefonów w*

tej sprawie i usunięcia mnie z listy połączeń. Za każdym razem dodaję taki numer do spamu i go blokuję, niestety posiadają tyle numerów że moje zabiegi są nieskuteczne. Proceder ten jest dla mnie szczególnie uciążliwy, że nam w domu noworodka, którego niechciane połączenia notorycznie wybudzają. Nie odbieranie takich połączeń to również nie jest rozwiązanie bo boje się że przegapię w ten sposób inne istotne dla mnie połączenie. Proszę o pomoc w rozwiązaniu uciążliwego dla mnie problemu.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 5 stycznia 2023 r., RPW/1484/2023; dowód: karta 663)

„Od jakiegoś roku jestem nękana telefonami z firmy fotowoltaicznej Asmanta (i prawdopodobnie jej jakieś podfirmy). W załączniku wysyłam numery które udało mi się zablokować. Dzwoniąc zawsze mówią o "świeżym powietrzu" i o inwestycji w panele fotowoltaiczne. Raz mówią, że mieszkam w bloku, mówią "przepraszam" i się rozłączają; innym razem pytam skąd mają mój numer, że ja żadnej zgody na kontakt nie wyrażałam, mówią, że "z polskiego rejestru telefonów", gdy mówię że coś takiego nie istnieje, to się rozłączają; innym razem mówię, żeby usunęli mój numer ze swojej bazy, bo się nie zgadzam na połączenia, to z wielkim oburzeniem, mówią, że "dobrze usuniemy" i się rozłączają, po czym kilka dni później i tak dzwonią. Utrudnia mi to życie i normalne funkcjonowanie, denerwuje się tymi telefonami pomimo ciągłej odmowy na kontakt. Dzwonią przez cały tydzień łącznie z weekendami o każdej porze dnia, aż do godziny 21:00, mając pracę na nocy, po nocy nie mogę się wyspać, bo wydzwanniają.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 2 grudnia 2022 r., RPW/78925/2022; dowód: karta 72)

„Od kilku tygodni borykam się z telefonami o charakterze nękania z firmy Asmanta Call Center. Doczytałam, że toczy się postępowanie administracyjne wszczęte z Państwa strony. O ile ma to znaczenie, to chciałabym zaalarmować, że dzwoniący albo namawiają na jakieś bliżej nieokreślone działania związane z obniżeniem rachunków odnośnie zużycia prądu, albo gwarantują nagrodę w postaci telewizora. Regularnie odmawiam i podkreślam aby nie wykonywano do mnie telefonów, a mój numer ma zostać usunięty z bazy. Niestety tak się nie dzieje. Co najmniej raz w tyg odbieram taki telefon mimo że poprzedni z którego dzwoniło przenoszę do tzw. czarnej listy. Ponadto kobieta z którą zazwyczaj rozmawiam (poznaje po specyficznym głosie) próbuje wyłudzić ode mnie dane dopytując z dużą determinacją czy jestem z województwa zachodniopomorskiego. Podkreślam że nie będę rozmawiała z nią na ten temat, po czym słyszę że mój nr został wybrany omyłkowo i że najwyraźniej to jakieś błąd technicznym. Za każdy razem ta sama wymówka. Słyszę to co nam jej raz w tyg.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 21 lutego 2023 r., RPW/16951/2023; dowód: karta 676)

„Chciałbym zgłosić nieautoryzowany kontakt telefoniczny przez firmę Asmanta Call Center Sp. z o. o.

Ul. 27 Grudnia 17/19  
61-737 Poznań

Kontakt polegał na wykonaniu połączenia telefonicznego z numeru 94 333 43 61 w sprawie oferty nałożenia instalacji PV (fotowoltaika).

Rozmówcą był robot.

Twierdzę, że nie wyrażałem żadnej zgody na kontakty w celu przeprowadzania tzw. marketingu bezpośredniego.

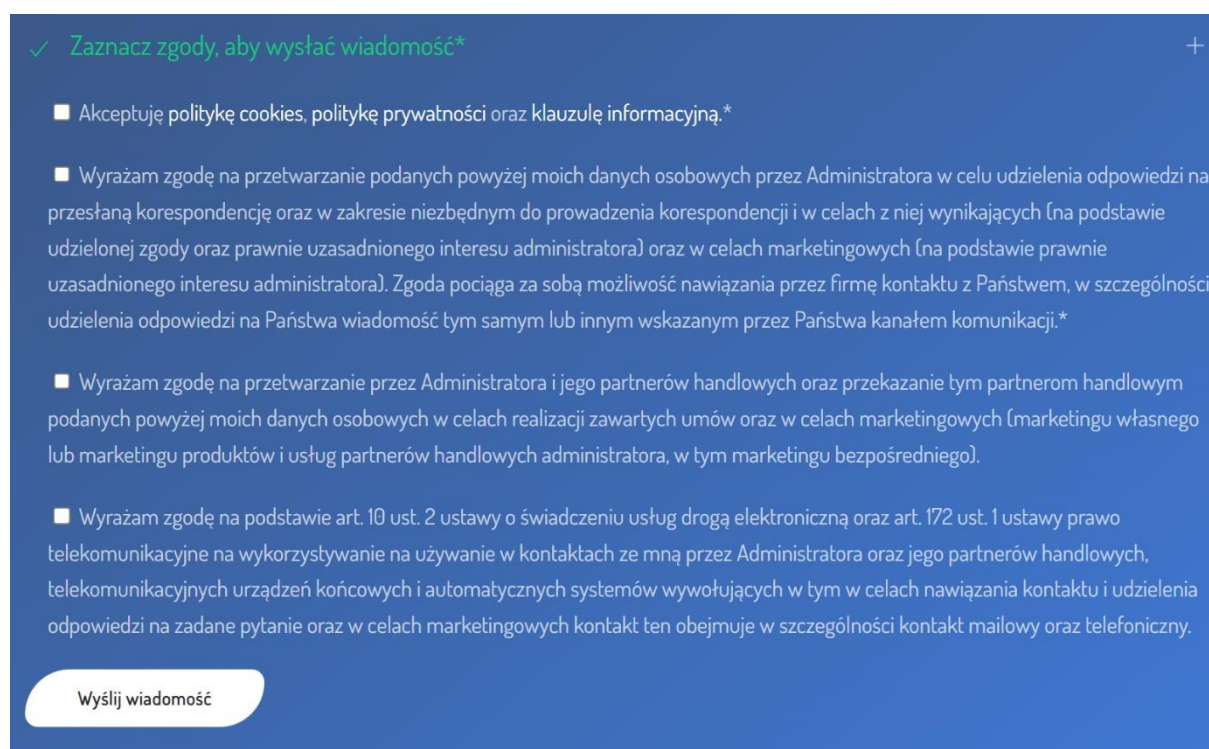
Nie miałem wcześniej żadnych kontaktów z tym przedsiębiorstwem co pozwala mi wnioskować, że mój numer telefonu został pozyskany w sposób nieuczciwy.

Brak możliwości kontaktu telefonicznego z w/w firmą uniemożliwia weryfikację czy taka zgoda została ode mnie pozyskana.

Jedyną formą komunikacji to formularz kontaktowy, który wymaga podania kolejnych danych jak imię i nazwisko oraz email czego robić nie zamierzam.” (wiadomość e-mail konsumenta z dnia 20 lutego 2023 r., RPW/16377/2023; dowód: karta 674)

Przedsiębiorca udostępnia na swojej stronie internetowej formularz, który ma być sposobem zgłoszenia przez konsumenta woli usunięcia numeru telefonu z bazy danych<sup>2</sup>. W tym celu konsument jest zobowiązany podać swoje imię i nazwisko, adres e-mail, numer telefonu oraz zaznaczyć odpowiednie zgody. Jedną z wymaganych zgód ma następującą treść: „**Wyrażam zgodę na przetwarzanie podanych powyżej moich danych osobowych przez Administratora w celu udzielenia odpowiedzi na przesłaną korespondencję oraz w zakresie niezbędnym do prowadzenia korespondencji i w celach z niej wynikających (na podstawie udzielonej zgody oraz prawnie uzasadnionego interesu administratora) oraz w celach marketingowych (na podstawie prawnie uzasadnionego interesu administratora). Zgoda pociąga za sobą możliwość nawiązania przez firmę kontaktu z Państwem, w szczególności udzielenia odpowiedzi na Państwa wiadomość tym samym lub innym wskazanym przez Państwa kanałem komunikacji.**”. Bez zaznaczenia tej zgody nie jest możliwe wysłanie wiadomości.

Poniżej znajduje się fragment strony internetowej prowadzonej przez Spółkę wraz z widoczną treścią wymaganych zgód.



✓ Zaznacz zgody, aby wysłać wiadomość\* +

- Akceptuję politykę cookies, politykę prywatności oraz klauzulę informacyjną.\*
- Wyrażam zgodę na przetwarzanie podanych powyżej moich danych osobowych przez Administratora w celu udzielenia odpowiedzi na przesłaną korespondencję oraz w zakresie niezbędnym do prowadzenia korespondencji i w celach z niej wynikających (na podstawie udzielonej zgody oraz prawnie uzasadnionego interesu administratora) oraz w celach marketingowych (na podstawie prawnie uzasadnionego interesu administratora). Zgoda pociąga za sobą możliwość nawiązania przez firmę kontaktu z Państwem, w szczególności udzielenia odpowiedzi na Państwa wiadomość tym samym lub innym wskazanym przez Państwa kanałem komunikacji.\*
- Wyrażam zgodę na przetwarzanie przez Administratora i jego partnerów handlowych oraz przekazanie tym partnerom handlowym podanych powyżej moich danych osobowych w celach realizacji zawartych umów oraz w celach marketingowych (marketingu własnego lub marketingu produktów i usług partnerów handlowych administratora, w tym marketingu bezpośredniego).
- Wyrażam zgodę na podstawie art. 10 ust. 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz art. 172 ust. 1 ustawy prawo telekomunikacyjne na wykorzystywanie na używanie w kontaktach ze mną przez Administratora oraz jego partnerów handlowych, telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących w tym w celach nawiązania kontaktu i udzielenia odpowiedzi na zadane pytanie oraz w celach marketingowych kontakt ten obejmuje w szczególności kontakt mailowy oraz telefoniczny.

Wyślij wiadomość

Ponadto na ww. stronie znajduje się adres e-mail [iodo@asmanta.com](mailto:iodo@asmanta.com), który może być wykorzystany w celu kontaktu ze Spółką w sprawie dotyczącej danych osobowych. Niemniej zgodnie z treścią niektórych otrzymanych przez Prezesa Urzędu skarg, usunięcie numeru telefonu z bazy danych Przedsiębiorcy często jest utrudnione, a wysyłane wiadomości nieskuteczne:

*„Od kilku dni zostaję nękany telefonami poprzez firmę "asmanta". Próbowałem usunąć swój numer telefonu z bazy poprzez formularz IODO ( <https://asmanta.com/kontakt-do-iodo/> ), ale nie mogę zapoznać się z polityką cookies oraz klauzulą informacyjną, ponieważ jest błędny odnośnik. Ponadto, aby wysłać formularz muszę ponownie wyrazić zgodę na kontakt w celach marketingowych, co uniemożliwia ponownie usunięcie numeru z bazy. W jaki sposób można zatem zaprzestać nękania telefonami?”* (wiadomość e-mail konsumenta z dnia 27 grudnia 2022 r., RPW/85469/2023; dowód: karta 641)

<sup>2</sup> <https://asmanta.com/kontakt-do-iodo/> (dostęp na dzień 08.02.2023 r.)

„Od kilku miesięcy z różnych numerów telefonów dzwonią osoby oferujące różne propozycje i nagrody podając się za fundację zdrowie dla ciebie? w imieniu firmy asmanta. w dniu dzisiejszym kontakt z numeru +48334820242. Oferują różne rzeczy. Kilkakrotnie pytałam czy rozmowa jest nagrywana, prosiłam o wykreślenie z listy kontaktów oraz nie telefonowanie do mnie. Bez skutecznosci za każdym razem inny numer inna osoba i tekst że widocznie zaszła pomyłka i nie mają tego odnotowane. Poprosiłam o adres i informacje skąd mają moje dane numer telefonu i informacje w jakim województwie mieszkam podano mi szybko i niewyraźnie adres strony internetowej. Gdy poprosiłam o powtórzenie usłyszałam już nie adres ale informacje że to firma asmanta podała mój kontakt. Proszę o pomoc. Zgłaszam skargę na nękanie telefonami co gorsza każdorazowo inny numer telefonu, oraz brak reakcji na prośbę o zaprzestanie kontaktu oraz przetwarzanie moich danych osobowych bez mojej zgody.” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 1 lutego 2023 r., RPW/10442/2023; dowód: karta 649)

„Zwracam się z uprzejmą prośbą o pomoc. Od wielu miesięcy jestem nękana telefonami wykonywanymi przez boty spółki Asmanta Call Center sp. z o.o. wykonującej usługi telemarketerskie na rzecz Fundacji Zielona Przyszłość.

Nie pomaga blokowanie numerów, nie skutkuje również żądanie trwałego usunięcia danych. Spółka ta czuje się zupełnie bezkarnie, a ja nadal otrzymuję niechciane telefony. Poniżej zamieszczam korespondencję jaką otrzymałam na wystosowane przeze mnie żądanie.

Czy faktycznie nie istnieje żadne rozwiązanie, które pozwoli na uwolnienie się od tego procederu?” (wiadomość e-mail konsumentki z dnia 8 lutego 2023 r., RPW/13216/2023; dowód: karta 637)

Konsumentka przekazała również korespondencję z Asmanta Call Center. Zgodnie z treścią wiadomości e-mail, jaką otrzymała z adresu iodo@asmanta.com, „(...) Asmanta Call Center Sp. z o.o. wykonuje połączenia w imieniu Fundacji. Asmanta Call Center Sp. z o.o. w swojej działalności wykorzystuje numery telefonów, znajdujące się w pakietach, które każdorazowo nabywa na podstawie zawartej umowy od współpracującego podmiotu, który zapewnił o legalności źródła pochodzenia bazy danych. Numery te nie są przekazywane innym podmiotom. W tym miejscu należy wskazać, że nabywane pakiety nie zawierają danych pozwalających na identyfikację lub ustalenie tożsamości osób, z którymi nawiązywany jest kontakt. Jednocześnie, Asmanta Call Center Sp. z o.o. nie dysponuje środkami prawnymi, technicznymi bądź organizacyjnymi, umożliwiającymi dokonanie identyfikacji podmiotów, z którymi następuje kontakt. Nie jest również możliwe przypisać posiadanych informacji do konkretnej osoby fizycznej, do momentu bowiem ewentualnego podania przez rozmówcę danych osobowych, rozmowa odbywa się anonimowo.” (dowód: karty 637-638). Spółka odpisała konsumentce, że dane osobowe w przypadku ich podania, zostaną usunięte z bazy niezwłocznie po rozpatrzeniu wniosku, nie później jednak niż w terminie miesiąca.

Ponadto w przypadku działalności telemarketingowej Spółki dotyczącej usług wykonania instalacji fotowoltaicznych Prezes Urzędu dysponuje nagraniami rozmów telemarketingowych - czterech zautomatyzowanych oraz pięciu prowadzonych z konsultantami. Z rozmów tych wynika, że konsumentom jest przedstawiana informacja, iż dofinansowanie na samą mikroinstalację fotowoltaiczną w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” wynosi 20 500 złotych.

Poniżej znajdują się fragmenty transkrypcji nagrań:

Konsultant: Ja oczywiście za chwilę Panu wszystko dokładniej wytłumaczę i wyjaśnię. Oczywiście odpowiem również na wszystkie pytania, ale zacznę od możliwości zmniejszenia strat, czyli przede wszystkim poprzez zwiększenie oszczędności dzięki aktualnie wchodzącemu programowi „Mój Prąd 4.0”. Jest on programem priorytetowym, którego

rekordowa kwota dotacji dla tej edycji programu, już panu mówię, to aż dwadzieścia tysięcy pięćset złotych na gospodarstwo. Można ją wykorzystać jak pan chce, np. na stację ładowania, magazyny energii, czy montaż instalacji fotowoltaicznej, który jest ostatnio bardzo popularny, a pozwala to uzyskać oszczędności nawet do 90%. Ale zanim przejdziemy do dalszych etapów tutaj rozmowy, proszę mi jeszcze tylko powiedzieć, pan jest mieszkańcem powiatu mińskiego, prawda? (...) Dobrze, tak więc wracając do początku naszej rozmowy - Ministerstwo Klimatu od 1 kwietnia wprowadziło zmiany w sposobie rozliczania energii elektrycznej. Spowodowane jest to m.in. dyrektywą unijną oraz problemami operatorów, gdzie niestety kosztami będziemy obciążeni my, czyli zwykli użytkownicy. Nowy system może być jednak dla nas nadal opłacalny pod warunkiem, oczywiście, odpowiedniej konfiguracji. Niestety wyliczenie dokładnej kwoty dotacji jest indywidualne dla każdego klienta, dlatego ja zadam kilka pytań aby ułatwić sobie tutaj określenie wysokości tego wsparcia. No ale na razie skupmy się na podstawowych zagadnieniach: to już co prawda uzgodniliśmy, ale muszę to potwierdzić drugi raz - pan oczywiście jest mieszkańcem domku jednorodzinnego, tak?

(fragment rozmowy zautomatyzowanej 220812\_0148 z dnia 12 sierpnia 2022 r. minuty 0:26 - 1:53, dowód karty 33-33a)

Konsument: Czyli po prostu zwiększono tę pulę dofinansowania i jakby tę możliwość. Ale czy to są, czy to jest tylko do instalacji fotowoltaicznych... Czy inaczej, zapytam wprost - to na samą instalację fotowoltaiczną można dostać nawet 20 tysięcy z tego programu?

Konsultant: **Tak, jest to dofinansowanie właśnie do całej instalacji, do całej, ze wszystkim. I jest to dofinansowanie do 20 i pół tysiąca złotych.**

Konsument: Ale ze wszystkim, co znaczy co pan ma na myśli?

Konsultant: No na przykład jest dofinansowanie do paneli, falownika, i to ogólnie wszystkie rzeczy, jakie są potrzebne. To po prostu są takie pojedyncze dofinansowania do tego wszystkiego, które są skumulowane razem właśnie do 20 i pół tysiąca złotych.

(fragment rozmowy z konsultantem 220822\_0149 z dnia 22 sierpnia 2022 r. minuty 8:58 - 9:41, dowód: karty 64-64a)

Konsument: No ja wiem, ale ja próbuje ustalić czy ja za samą instalację fotowoltaiczną mogę dostać te dwadzieścia tysięcy czy muszę mieć, nie wiem, ładowarkę do samochodową, akumulatory, magazyny energii albo pompę ciepła i inne rzeczy.

Konsultant: **To jest dofinansowanie na fotowoltaikę. Do dwudziestu i pół tysiąca złotych na fotowoltaikę, tak.** Oczywiście mamy też inne dofinansowania. Bo pan wspomniał o pompie ciepła to też mam informacje na ten temat, ponieważ mamy rekordowe dofinansowania do pomp ciepła i jest to zwrot aż 50% kosztów montażu takiej energii połączone z refinansowaniem, czyli może pan uzyskać środki przed rozpoczęciem inwestycji.

(fragment rozmowy z konsultantem 20826\_0150 z dnia 26 sierpnia 2022 r. minuty 4:39 - 5:22, dowód: karty 65-65a)

Co istotne, Przedsiębiorca w trakcie połączeń telemarketingowych zbiera dane osobowe konsumentów. W rozmowie zautomatyzowanej pojawiają się m.in. takie pytania i sformułowania:

„No ale na razie skupmy się na podstawowych zagadnieniach: to już co prawda uzgodniliśmy, ale muszę to potwierdzić drugi raz - pan oczywiście jest mieszkańcem domku jednorodzinnego, tak?”

*„Dobrze. A gdyby zdecydował się pan na montaż paneli fotowoltaicznych, to bardziej byłby pan zainteresowany montażem takiej instalacji na dachu czy na gruncie?”*

*„Dobrze, już tutaj kończymy. Brakuje mi tylko imienia i nazwiska, także przypomnę - ja nazywam się Bartłomiej Słowik, a z kim mam przyjemność rozmawiać?”*

*„Dobrze, dziękuję bardzo, już zanotowałem. Tutaj w formularzu mam jeszcze ostatnie pytanie - ile pan ma lat?”*

*„Dobrze, ja już sobie wszystko wprowadziłem do systemu. Niestety widzę tutaj jakiś błąd odnośnie weryfikacji mocy przyłączeniowej w pana regionie. Ja z mojej pozycji nie jestem w stanie tego zrobić, dlatego zrobimy tak że ja przekażę sprawę do naszego doradcy energetycznego i on tą sprawę na spokojnie z panem wyjaśni. Proszę mi tylko powiedzieć, czy mógłby się z panem kontaktować pod tym numerem telefonu?”*

(fragmenty rozmowy zautomatyzowanej 220812\_0148 z dnia 12 sierpnia 2022 r., dowód karty 33-33a)

W rozmowie z konsultantem również padają pytania o imię, nazwisko, stan cywilny, adres (dowód: rozmowa z konsultantem 220822\_0149 z dnia 22 sierpnia 2022 r. minuty 8:58 - 9:41, dowód: karty 64-64a, rozmowa 20826\_0150 z dnia 26 sierpnia 2022 r. minuty 4:39 - 5:22, dowód: karty 65-65a).

Wskazane powyżej nagrania rozmów zostały pozyskane w sposób niezależny od Przedsiębiorcy. Spółka na pierwsze wezwanie Prezesa Urzędu do przekazania nagrań oraz skryptów rozmów telemarketingowych odpowiedziała, że nie posiada nagrań ze wskazanego okresu (maj-czerwiec 2022 r.) z uwagi na fakt, iż okres ich przechowywania jest krótszy, co wynika z ograniczonej pojemności dostępnych serwerów (dowód: karta 169). Przedsiębiorca przekazał nagrania rozmów telemarketingowych w odpowiedzi na kolejne wezwanie Prezesa Urzędu - zostały załączone do pisma z dnia 21 listopada 2022 r. (dowód: karty 422-424a).

W przekazanych przez Przedsiębiorcę nagraniach rozmów zautomatyzowanych („z wirtualnym konsultantem”) padają m.in. następujące stwierdzenia:

*„Witam, dzień dobry. Z tej strony Michał Stefańczyk. Jestem wirtualnym konsultantem i dzwonię do Pana ze Spółki Asmanta w imieniu Fundacji Zielona Przyszłość w celach informacyjnych, gdyż Fundacja chce wesprzeć samorząd gminy w walce z ciągłą podwyżką cen za energię, co za tym idzie ciągłą inflacją. Istnieje program, dzięki któremu należy się Panu dofinansowanie dzięki któremu będzie Pan w stanie zaoszczędzić nawet kilka tysięcy rocznie. (...) Poproszę jeszcze Pana imię i nazwisko. (...) I ostatnie pytanie statystyczne: ile ma Pan lat?”* (dowód: nagranie UM FOTO 1 (2), karta 424a).

Ponadto Spółka przekazała skrypty rozmów telemarketingowych prowadzonych zarówno na rzecz (informacja prawnie chroniona), jak i (informacja prawnie chroniona). Poniżej znajdują fragmenty wskazanych skryptów:

*„Program dofinansowujący instalacje fotowoltaiczne powstał w celu zwiększenia udziału fotowoltaiki w krajowej produkcji energii elektrycznej. Ze względu na bardzo atrakcyjne warunki, akcja mocno napędza rozwój odnawialnych źródeł w Polsce. Ważną informacją dla potencjalnego klienta jest fakt, iż rozpoczęła się czwarta już edycja programu Mój Prąd, gdzie będzie można uzyskać dofinansowanie do 20500 złotych. (...) Dbamy o naszych klientów, dlatego jako jedna z niewielu firm na rynku DZIAŁAMY KOMPLEKSOWO! Możecie państwo liczyć na naszych doradców na etapie doboru najlepszej instalacji, profesjonalnym montażu, jak również pomoc przy wypełnieniu wszelkich dokumentów.(...) Dotacje udzielone w ramach programu Mój Prąd korzystają ze zwolnienia z podatku dochodowego.*

Oznacza to, że otrzymanych środków podatnik nie jest obowiązany wykazać w zeznaniu rocznym PIT. Czyli dla naszych klientów to CZYSTY ZYSK!" (dowód: karta 392).

### Skrypt Foto\_T

Dzień dobry z tej strony (swoje imię i nazwisko). Mam przyjemność rozmawiać z Panem Robertem, tak?

Świetnie, dzwonię ze spółki Asmanta Callcenter ponieważ dosłownie kilka dni temu kontaktowaliśmy się z Panem z informacją o tym, że **może Pan skorzystać**, jako mieszkaniec **naszego regionu** - z dofinansowania do **20,5 tys** złotych, co pozwoli uniknąć ciągłych podwyżek za energię elektryczną. Potrzebuje się tylko upewnić - rozmawiam z mieszkańcem powiatu kieleckiego, tak?

**Jeśli inny to: Widocznie jakiś błąd w systemie . W takim razie do jakiego powiatu się dodzwoniłem?**

**Dobrze, już sprawdzam czy w pana powiecie te dofinansowania również obowiązują.... Świetnie się składa bo z tego co widzę ten powiat również bierze udział w naszym programie.**

Na wstępie chciałem zapytać - paneli fotowoltaicznych Pan jeszcze **nie posiada**, tak?

Nawiązując do poprzedniej rozmowy- w kilku powiatach istnieje ryzyko blackoutu zimą, czyli wyłączeń energii elektrycznej na dużym obszarze. Powodem tego jest między innymi brak węgla, z którego pochodzi 70% energii elektrycznej w PL- a dodatkowo proszę pomyśleć co się stanie w momencie, kiedy wszyscy bez węgla zaczną ogrzewać się grzejnikami elektrycznymi- sieć energetyczna może tego nie wytrzymać.

Czy otrzymał Pan już prognozy na przyszły rok?

Mhm, Pytam ponieważ niektóre osoby w regionie otrzymały nawet 3 krotnie większe prognozy niż płacą obecnie, A dzięki fotowoltaice może pan się przed tymi i wszystkimi innymi podwyżkami **uchronić** a zaoszczędzona różnica zostaje w pana portfelu, także warto to przemyśleć

Dlatego uważam że każdy powinien się na to przygotować, w tym celu organizujemy audyt energetyczny, aby zapobiec brakom w energii, jak również uniknąć kilkukrotnego wzrostu cen. Nasz **najlepszy** ekspert będzie w Pana Okolicy dlatego proponuję spotkanie o godzinie.... Rozumiem, że taki termin panu odpowiada tak?

(dowód: karta 413)

Dzień dobry, z tej strony ...

Kontaktuje się ze spółki Asmanta Callcenter aby przypomnieć o jutrzejszym wydarzeniu w ramach, którego do odebrania będzie zupełnie za darmo telewizor. Proszę mi powiedzieć co Pani sądzi o funkcjonalności tego upominku ?

\* Odniesienie się do słów klienta

Telewizor, który został dla Pani przygotowany ma dostęp do aplikacji multimedialnych oraz jest kompatybilny z nowymi modelami dekoderek, chodzi o jak największy dostęp do kanałów informacyjnych i kulturowych ponieważ jest to główny zamysł kampanii.. Proszę mi powiedzieć, Pani zapewne bardziej woli programy kulinarne czy może jakieś seriale? Natomiast mąż zapewne woli oglądać programy wędkarskie czy może jakieś sportowe czy informacyjne, Tak to u państwa wygląda?

\* Odniesienie się do słów klienta

No właśnie dlatego aby unikać nieporozumień , będziecie oboje oglądać to co lubicie w tym samym czasie 😊

Oczywiście ważne jest dla nas dbałość o estetykę wizualną dlatego na miejscu będzie również możliwość wyboru koloru, srebrny oraz czarny ponieważ dla niektórych ma to znaczenie. A dla Pani jaki zarezerwować?

\* Odniesienie się do słów klienta

Dodam jeszcze że całe spotkanie potrwa godzinę czasu a na miejscu po za odbiorem telewizora będzie możliwość zapoznać się z całą ofertą naszego partnera , która zaznaczę że w tym dniu będzie wyjątkowo atrakcyjna .

(dowód: karta 417)

Zgodnie z wyjaśnieniami Asmanta Call Center zawartymi w piśmie dnia 4 listopada 2022 r. (dowód: karty 375-377) Spółka nie archiwizuje skryptów wykorzystywanych przy realizacji nieaktualnych kampanii. Forma prowadzenia rozmowy z konsumentem może być: w pełni zautomatyzowana, częściowo zautomatyzowana (z udziałem operatora), prowadzonej przez konsultanta (w całości niezautomatyzowana) zależy od ustaleń z konkretnym kontrahentem. Scenariusze rozmów zostały opracowane na rzecz Spółki przez (informacja prawnie chroniona). Umowę w tym zakresie została przesyłana w wersji ukraińskojęzycznej (dowód: karty 378-380). Uwierzytelnione tłumaczenie tej umowy zostało przesłane pismem z dnia 30 listopada 2022 r. (dowód: karty: 522-531).



Asmanta Call Center w pismach kierowanych do Prezesa Urzędu wielokrotnie wskazywała na konieczność przedłużenia terminu na udzielenie odpowiedzi. W toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu skierował do Spółki dwa wezwania (nie licząc wezwań ponownych). Z kolei Spółka w postępowaniu wyjaśniającym skierowała do Prezesa Urzędu łącznie 11 pism: z dnia 11 sierpnia 2022 r. (dowód: karty 137-140), z dnia 30 sierpnia 2022 r. (dowód: karty 151-152), z dnia 28 września 2022 r. (dowód: karty 132-179), z 10 października 2022 r. (dowód: karty 325-329), z dnia 24 października 2022 r. (dowód: karty 351-352), z dnia 4 listopada 2022 r. (dowód: karty 375-377), z dnia 14 listopada 2022 r. (dowód: karty 420-421), z dnia 21 listopada 2022 r. (dowód: karty 422-424), z dnia 30 listopada 2022 r. (dowód: karty 522-524), z dnia 13 grudnia 2022 r. (dowód: karty 542-547), z 13 stycznia 2023 r. (dowód: karty 623-625). Z czego w siedmiu pismach wniosła o przedłużenie terminu na odpowiedź na poszczególne pytania Prezesa Urzędu. W przypadku odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 2 listopada 2022 r. Spółka pismem z dnia 14 listopada 2022 r. wniosła o przedłużenie terminu na odpowiedź o 7 dni, następnie pismem z dnia 21 listopada wniosła o przedłużenie terminu na odpowiedź na poszczególne pytania do dnia 30 listopada 2022 r. Pismem z dnia 30 listopada 2022 r. Spółka ponownie wniosła o przedłużenie terminu na odpowiedź na poszczególne pytania do dnia 14 grudnia 2022 r., po czym pismem z dnia 13 grudnia 2022 r. poinformowała, iż odmawia udzielenia informacji na wskazane pytania. Spółka przestała Prezesowi Urzędu żądane informacje dopiero po otrzymaniu wezwania ponownego, pismem z dnia 13 stycznia 2023 r.

W piśmie z dnia 28 września 2022 r. wskazała, że „w zakresie w jakim udzielenie odpowiedzi w przepisany terminie nie było możliwe do dnia sporządzenia niniejszego pisma, Spółka nie zamierza uchylać się od udzielenia odpowiedzi na skierowane wezwanie, wskazuje jednak na daleko idące trudności związane z komunikacją i uzyskiwaniem informacji oraz dokumentacji od Spółki na Ukrainie, gdzie przechowywana jest większość dokumentacji, a co za tym idzie informacji”. Dalej Spółka stwierdziła, że utrudniony jest kontakt z osobami zarządzającymi, co także wpływa istotnie na opóźnienia w dostarczaniu dokumentacji i wyjaśnień (dowód: karta 177).

W piśmie z dnia 30 listopada 2022 r. (dowód: karty 522-524) wskazała, że udzielenie odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 2 listopada 2022 r. jest utrudnione z uwagi na przepływ informacji i dokumentów.

Spółka często powoływała się na trudności w przepływie informacji i dokumentacji pomiędzy centralą Spółki na Ukrainie, a oddziałem w Polsce (dowód: karty 166, 326, 328, 352). O ile trudności te występowały w przypadku korespondencji z Prezesem Urzędu, o tyle ilość otrzymywanych od konsumentów skarg wskazuje, że nie dotyczyły one funkcjonowania samej Spółki. Przedsiębiorca twierdzi przy tym, że wykonywanie działalności przez Oddział należy oderwać od kwestii zarządczych i kontaktu z osobami sprawującymi funkcje związane z reprezentacją i zarządzaniem, a trudności komunikacyjne nie muszą przekładać się na realizację bieżących zleceń, gdyż nie wymaga to podejmowania jakichkolwiek decyzji (dowód: karta 329).

### **Osoby zarządzające**

Zgodnie z wyjaśnieniami Przedsiębiorcy całość prac realizowanych w ramach prowadzonej działalności Oddziału jest koordynowana przez Zarząd Spółki, tj. (informacja prawnie chroniona) - dyrektora (kierownika) Spółki oraz (informacja prawnie chroniona) - pełniącą funkcję osoby uprawnionej do reprezentowania przedsiębiorcy zagranicznego w oddziale (dowód: karta 172).

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu do przekazania (w postaci plików elektronicznych) całej korespondencje elektronicznej osób uprawnionych do reprezentacji Spółki, a także osób pełniących w Spółce funkcje dyrektorów/kierowników oraz osób

pełniących w Spółce funkcje zarządcze lub doradcze wobec zarządu Spółki lub prowadzonej z tymi osobami w zakresie wiadomości związanych z działalnością Spółki z okresu od kwietnia 2022 r., Asmanta wskazała, że nie jest w posiadaniu żadnej korespondencji elektronicznej z tymi osobami, gdyż korespondencja ta z uwagi na upływ czasu i ograniczone pojemności skrzynek została usunięta (*dowód: karta 174*).

Asmanta Call Center zawarła umowy o świadczenie usług z (*informacja prawnie chroniona*), prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*), prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą (*informacja prawnie chroniona*). Osoby te nie zasiadają w organach Spółki. Jednak treść zawartych przez nich umów o świadczenie usług z Przedsiębiorcą oraz posiadane przez Prezesa Urzędu informacje świadczą o tym, że są to osoby kierujące przedsiębiorstwem, tj. osoby mogące faktycznie określać kierunki działania przedsiębiorcy nie zasiadając w organach zarządzających przedsiębiorcy.

Stosunki między (*informacja prawnie chroniona*) a Przedsiębiorcą reguluje Umowa o świadczenie usług z dnia 2 maja 2022 r. (*dowód: karty 269-274*). Zgodnie z § 1 ust. 1 ww. umowy „Zleceniobiorca zobowiązuje się świadczyć dla Zleceniodawcy usługi szczegółowo opisane w Załączniku Nr 1 (dalej Usługi) a Zleceniodawca płacić umówione wynagrodzenie. Zleceniobiorca nie pełni funkcji zarządzającej w przedsiębiorstwie Zleceniodawcy.” § 3 ww. umowy reguluje kwestię braku odpowiedzialności zleceniobiorcy za działania Spółki.

Zgodnie z treścią załącznika nr 1 do umowy o świadczenie usług z dnia 02.05.2022 r., zawartej między Asmanta Call Center a (*informacja prawnie chroniona*), zakres świadczonych usług obejmuje:

1. Negocjowanie umów dostawy usług, mediów, wyposażenia i umów z kluczowymi kontrahentami Zleceniodawcy.
2. Negocjowanie warunków umów z bankami i innymi instytucjami finansowymi współpracującymi ze Zleceniodawcą.
3. Koordynowanie współpracy z podmiotami świadczącymi obsługę prawną lub księgową dla Zleceniodawcy.
4. Poszukiwanie rozwiązań minimalizujących koszty i maksymalizujących zyski dla Zleceniodawcy.
5. Koordynowanie wdrażania rozwiązań sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwie Zleceniodawcy. (*dowód: karta: 274*)

(*informacja prawnie chroniona*) jest wskazany, obok (*informacja prawnie chroniona*), jako osoba upoważniona do działania w imieniu Spółki w zawartej z bankiem Umowie Rachunku Bankowego. Co więcej, to (*informacja prawnie chroniona*) jest osobą upoważnioną do dysponowania rachunkiem, podczas gdy (*informacja prawnie chroniona*) nie posiada takiego uprawnienia (*dowód: karty 254-268, 533-540*).

(*informacja prawnie chroniona*) otrzymał pełnomocnictwo do zawarcia umowy w imieniu Spółki z (*informacja prawnie chroniona*) (*dowód: karta 274a*).

(*informacja prawnie chroniona*) w piśmie z dnia 12 stycznia 2023 r. wskazał, że w toku świadczonych usług kontaktuje się z (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*). Przekazują one informacje o kolejnych czynnościach do wykonania oraz ustalają priorytety zadań. (*informacja prawnie chroniona*) wskazał, że z (*informacja prawnie chroniona*)

*prawnie chroniona*) kontaktuje się głównie telefonicznie oraz osobiście, a z (*informacja prawnie chroniona*) telefonicznie, osobiście oraz mailowo (*dowód: karta 621*).

Zgodnie z wyjaśnieniami (*informacja prawnie chroniona*), jego zadania w związku z realizowaną współpracą polegają w znacznej mierze na pozyskiwaniu dostawców usług dla Spółki oraz negocjowaniu z nimi celem uzyskania możliwie najkorzystniejszej oferty dla Spółki. (*informacja prawnie chroniona*) stwierdził również, że decyzja co do zawarcia umowy pozostaje poza nim (*dowód: karty 620-621*).

Na wezwanie Prezesa Urzędu do przekazania korespondencji z Asmanta Call Center oraz osobami, podmiotami i kontrahentami powiązanymi ze Spółką, (*informacja prawnie chroniona*) odpowiedział, że nie przechowuje korespondencji tradycyjnej, a korespondencję elektroniczną regularnie archiwizuje i usuwa z uwagi na ograniczoną pojemność skrzynki pocztowej i dla bezpieczeństwa danych poufnych takich jak ceny usług, know how (*dowód: karty 620-621*). W związku z tym nie przekazał żądanych informacji i dokumentów.

Stosunki między (*informacja prawnie chroniona*) a Przedsiębiorcą reguluje Umowa o świadczenie usług z dnia 2 maja 2022 r. (*dowód: karty 275-280*). Zgodnie z § 1 ust. 1 ww. umowy „Zleceniobiorca zobowiązuje się świadczyć dla Zleceniodawcy usługi szczegółowo opisane w Załączniku Nr 1 (dalej Usługi) a Zleceniodawca płacić umówione wynagrodzenie. Zleceniobiorca nie pełni funkcji zarządzającej w przedsiębiorstwie Zleceniodawcy.” § 3 ww. umowy reguluje kwestię braku odpowiedzialności zleceniobiorcy za działania Spółki.

Zgodnie z treścią załącznika nr 1 do Aneksu Nr 1 do umowy o świadczenie usług z dnia 02.05.2022 r., zawartej między Asmanta Call Center a (*informacja prawnie chroniona*), zakres świadczonych usług obejmuje:

1. Koordynowanie opracowania i przekazywania Zleceniodawcy raportów o wykonywaniu zadań przez poszczególne działy, zespoły lub pracowników wskazanych przez Zleceniodawcę;
2. Poszukiwanie rozwiązań usprawniających wykonywanie zadań przez poszczególne działy, zespoły lub pracowników i rozwiązań podnoszących efektywność pracy, opracowanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności;
3. Weryfikowanie stanu zatrudnienia i zapotrzebowania Zleceniodawcy na pracę w poszczególnych zespołach lub działach wskazanych przez Zleceniodawcę oraz opracowywanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności;
4. Weryfikowanie osiągnięcia celów i jakości wykonywanych zadań przez poszczególne zespoły, działy lub pracowników wskazanych przez Zleceniodawcę oraz opracowywanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności;
5. Akceptowanie kosztów związanych z działalnością Zleceniodawcy w obszarach weryfikowanych przez Zleceniobiorcę do kwoty 20.000 zł netto, informowanie Zleceniodawcy o akceptacji tych kosztów lub potrzebie ponoszenia kosztów przekraczających tę kwotę.

Zarówno (*informacja prawnie chroniona*) jak i (*informacja prawnie chroniona*) zawarli umowy z (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*).

Umowa (*informacja prawnie chroniona*) z (*informacja prawnie chroniona*) z dnia 2 maja 2022 r. (*dowód: karty 455-460*) obejmuje następujące usługi:

1. Koordynowanie opracowania i przekazywania Zleceniodawcy raportów o wykonywaniu zadań przez poszczególne działy, zespoły lub pracowników wskazanych przez Zleceniodawcę;
2. Poszukiwanie rozwiązań usprawniających wykonywanie zadań przez poszczególne działy, zespoły lub pracowników i rozwiązań podnoszących efektywność pracy, opracowanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności;
3. Weryfikowanie stanu zatrudnienia i zapotrzebowania Zleceniodawcy na pracę w poszczególnych zespołach lub działach wskazanych przez Zleceniodawcę oraz opracowywanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności;
4. Weryfikowanie osiągania celów i jakości wykonywanych zadań przez poszczególne zespoły, działy lub pracowników wskazanych przez Zleceniodawcę oraz opracowywanie i prezentowanie Zleceniodawcy wniosków wynikających z tych czynności.

(*informacja prawnie chroniona*) posiada upoważnienie z dnia 27 kwietnia 2022 r. od (*informacja prawnie chroniona*) do „*podpisywania umów oraz zawierania umów związanych ze sprzedażą z pokazów na (informacja prawnie chroniona)*” (*dowód: karta 435*). Z przekazanych przez (*informacja prawnie chroniona*) kopii umów o świadczenie usług wynika, że (*informacja prawnie chroniona*) rzeczywiście zawierał umowy z kontrahentami (*dowód: Umowa o świadczenie usług z dnia 17 czerwca 2022 r. zawarta między (informacja prawnie chroniona) a (informacja prawnie chroniona) - karty: 436-445; Umowa o świadczenie usług z dnia 11 sierpnia 2022 r. zawarta (informacja prawnie chroniona) a (informacja prawnie chroniona) - karty: 446-454*).

Umowa (*informacja prawnie chroniona*) z (*informacja prawnie chroniona*) z dnia 2 maja 2022 r. (*dowód: karty 477-482*) obejmuje następujące usługi:

1. Negocjowanie umów dostawy usług, mediów, wyposażenia i umów z kluczowymi kontrahentami Zleceniodawcy.
2. Negocjowanie warunków umów z bankami i innymi instytucjami finansowymi współpracującymi ze Zleceniodawcą.
3. Koordynowanie współpracy z podmiotami świadczącymi obsługę prawną lub księgową dla Zleceniodawcy.
4. Poszukiwanie rozwiązań minimalizujących koszty i maksymalizujących zyski dla Zleceniodawcy.
5. Koordynowanie wdrażania rozwiązań sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwie Zleceniodawcy.

(*informacja prawnie chroniona*) otrzymał również od (*informacja prawnie chroniona*) pełnomocnictwo do podpisywania umów z operatorami telekomunikacyjnymi (*dowód: karta 461*), jak również jest upoważniony do otrzymywania wyciągów i powiadomień za pośrednictwem poczty elektronicznej dotyczących rachunku bankowego (*informacja prawnie chroniona*) (*dowód: karta 470*).

Analogiczna sytuacja ma miejsce w przypadku (*informacja prawnie chroniona*). (*informacja prawnie chroniona*) również zawarła w dniu 2 maja 2022 r. umowy o świadczenie usług z (*informacja prawnie chroniona*) (dowód: karty 494-499) oraz (*informacja prawnie chroniona*) (dowód: karty 516-521). Zakres świadczonych przez (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) usług na rzecz (*informacja prawnie chroniona*) jest taki sam jak w przypadku umów zawartych z (*informacja prawnie chroniona*). Ponadto (*informacja prawnie chroniona*) otrzymał również od (*informacja prawnie chroniona*) pełnomocnictwo do podpisywania umów z operatorami telekomunikacyjnymi (dowód: karta 500), jak również jest upoważniony do otrzymywania wyciągów i powiadomień za pośrednictwem poczty elektronicznej dotyczących rachunku bankowego (*informacja prawnie chroniona*) (dowód: karta 509).

W piśmie z dnia 14 października 2022 r. (dowód: karty 341 - 342) (*informacja prawnie chroniona*) wskazał m.in.:

- „Ja głównie zajmuje się koordynacją współpracy różnych zespołów w firmie i sporządzaniem raportów dla osób decyzyjnych. Czasami nadzoruję też prace i w wyniku tego nadzoru informuję zarząd o tym co można by poprawić, jak zwiększyć efektywność pracy. Czasami moje rekomendacje dotyczą konieczności przeprowadzenia indywidualnych rozmów czy szkoleń poszczególnych pracowników, którzy wymagają takich działań dla lepszego efektu pracy.”
- „Nie jestem w posiadaniu żadnej korespondencji ze Spółką z uwagi na zobowiązanie mnie przez Spółkę do okresowego usuwania korespondencji elektronicznej lub po zrealizowaniu danego zadania, co jest motywowane dbaniem o ochronę bezpieczeństwa informacji oraz ochroną tajemnicy przedsiębiorstwa Spółki.”
- „Ja nie zajmuje się kadrami, choć czasem w ramach moich zadań wskazuję zapotrzebowanie na nowych pracowników, czasami też uczestniczę w rekrutacjach i przygotowaniu nowych osób do pracy.”
- „Zakres moich obowiązków wynika z zawartej umowy. Czasami zdarza się, że zarząd Spółki prosi mnie o realizację zadań wykraczających poza zakres wynikający z zawartej umowy, np. udział w rekrutacjach, przeprowadzenie rozmów z pracownikami/zleceniobiorcami. Jednak te zadania są bliskie temu czym zajmuje się na rzecz Spółki.
- Można powiedzieć, że zajmuje się w znacznym stopniu kwestiami organizacyjnymi, weryfikacją informacji, wyciąganiem z nich odpowiednich wniosków i raportowaniu poczynionych ustaleń do zarządu. Po podjęciu przez zarząd odpowiednich decyzji czasem współdziałałam także przy wykonaniu tych decyzji w ramach zawartej umowy.”

W piśmie z dnia 10 marca 2023 r. (dowód: karty: 685-690) będącego częściowym odniesieniem do wezwania Prezesa Urzędu z dnia 27 lutego 2023 r. co do szczegółowego opisu i udokumentowania wszystkich rodzajów działań podejmowanych przez (*informacja prawnie chroniona*) w ramach współpracy ze Spółką, (*informacja prawnie chroniona*) wskazał m.in., co następuje:

„do moich obowiązków należało: (...) koordynacja współpracy między zespołami (...), nadzór nad pracą wykonywaną przez telemarketerów (...)”

„koordynacja współpracy między zespołami (...) była związana z (...) ustalaniem zasad organizacyjnych, porządkujących współpracę poszczególnych zespołów. Chodziło o (...) zapewnienie zgodności współpracy tych zespołów. Koordynacja ta miała też na celu zapoznanie się z wynikami prac tych zespołów i ich zsynchronizowaniem (kolejność działań,

formaty plików, formuła komunikacji) (...). Zespoły te współpracują ze sobą w celu obsługi całej działalności gospodarczej od kwestii wykonywania połączeń, przez organizację spotkań, po ich przekazanie do kontrahentów, a także obsługę całego procesu od strony kadrowej, księgowej, organizacyjnej, informatycznej, serwisowej, itp. (...) Koordynacja, o której mowa powyżej powiązana jest z realizowanym nadzorem, gdyż dopiero w wyniku analizy pracy danego zespołu można ustalić nie tylko rzeczywistą wydajność zespołu i jego członków, ale także potrzeby zapewnienia zgodności w zakresie współpracy tych zespołów. (...) Nadzór z kolei ściśle powiązany jest z analizą danych statystycznych i sporządzaniem raportów (...). (...) zajmuję się też analizą, czy statusy nadane rozmowom zostały nadane prawidłowo, ale to robię tylko w zakresie kampanii dotyczących odnawialnych źródeł energii. (...) Koordynacja dotyczyła m.in. rekrutacji (...). Koordynacja dotyczyła też wskazania na co kierownicy zespołów powinni zwrócić uwagę, aby podnieść efektywność pracy w swoim zespole (...). W koordynację zaangażowane były zespoły tzw. potwierdzeń, a więc związane z wykonywaniem połączenia przez spółkę w sposób półautomatyzowany lub manualny (bez udziału oprogramowania do prowadzenia rozmów) z (informacja prawnie chroniona) (informacja prawnie chroniona), celem była m.in. harmonizacja ich pracy i ustalenie optymalnego modelu tak, żeby kolejne zespoły otrzymywały dane w takiej samej strukturze. (...) Poza raportami, o których mowa wyżej, są obecnie sporządzane raporty co każde pół godziny celem bieżącego monitorowania skuteczności i jakości działań telemarketingowych oraz oceny kosztów umówienia spotkania, co jest w późniejszym czasie podstawą dla osób zarządzających ustalenia stawek dla kontrahentów (...).”

Pomimo wezwania (następnie monitowanego), (informacja prawnie chroniona) nie przedstawił pełnego opisu swoich działań oraz nie przedstawił materiałów dokumentujących ww. działania (choć przedstawił kontakty emailowe, z których korzysta, m.in. do osób bezpośrednio odpowiedzialnych za telemarketerów w (informacja prawnie chroniona) - (informacja prawnie chroniona), t(informacja prawnie chroniona) , (informacja prawnie chroniona).

Zgodnie z wyjaśnieniami (informacja prawnie chroniona) z dnia 21 października 2022 r.: (spółka ta świadczy dla Asmanta Call Center usługi księgowe) w imieniu Asmanta Call Center w sprawach dotyczących świadczonych usług kontaktował się m.in. (informacja prawnie chroniona) ((informacja prawnie chroniona)) (dowód: karta 353 odwrót).

Z kolei przedsiębiorca (informacja prawnie chroniona) (dowód: karty 418-419) w piśmie z dnia 21 listopada 2022 r. przekazał następujące wyjaśnienia: „Firma (informacja prawnie chroniona) prowadziła korespondencję mailową z Panem (informacja prawnie chroniona) oraz Panem (informacja prawnie chroniona)” oraz „(informacja prawnie chroniona) nie kontaktowało się bezpośrednio z Dyrektorem Asmanta Call Center (informacja prawnie chroniona) ani w związku z zawartą umową, ani przed jej zawarciem. W związku z zawarciem umowy (informacja prawnie chroniona) kontaktowała się z Panem (informacja prawnie chroniona) oraz (informacja prawnie chroniona)”. (informacja prawnie chroniona) świadczy na rzecz Asmanta Call Center usługę oprogramowania umożliwiającą wykonywanie połączeń telefonicznych do konsumentów za pośrednictwem konsultantów. Z informacji przekazanych przez (informacja prawnie chroniona) wynika również, że współpraca tej spółki z Asmanta Call Center była bezpośrednią kontynuacją umowy z poprzednim podmiotem, a współpraca ta w sposób ciągły i jednolity przekształciła się we współpracę z Asmanta Call Center, przy udziale tych samych osób, w tym (informacja prawnie chroniona), jako osoby ustalającej zakres i warunki współpracy ze strony Asmanta Call Center. Co istotne - z treści ww. emaila wynika, że nie jest istotne z punktu widzenia działającego z upoważnienia (informacja prawnie chroniona) nadawcy emaila, która z osób formalnie upoważnionych do reprezentacji będzie wpisana do umowy w związku ze zmianą strony umowy:

Od: (informacja prawnie chroniona) <(informacja prawnie chroniona) >

Do: (informacja prawnie chroniona)  
DW: (informacja prawnie chroniona) <(informacja prawnie chroniona) >  
Data: 21.04.2022 15:31  
Temat: Nowa umowa Asmanta CC

Dzień Dobry, w nawiązaniu do rozmowy z Panem (informacja prawnie chroniona) proszę o przygotowanie nowej umowy od dnia 1.05. Starą umowę rozwiązujemy z dniem 30.04 za porozumieniem stron.  
Poprosimy również o nową numerację

W załączniku przesyłam dane spółki. Proszę o informację czy te dane wystarczą czy będzie coś jeszcze potrzebne?

e-mail (informacja prawnie chroniona) jest do Pani dyrektor (informacja prawnie chroniona) ((informacja prawnie chroniona)) - skan paszportu w załączeniu również e-mail (informacja prawnie chroniona) jest do Pani (informacja prawnie chroniona) - skan paszportu w załączeniu.

osobę reprezentującą proszę wpisać tę którą Państwo z uwagi na KRS szybciej możecie przeprocesować.

Pozdrawiam  
(informacja prawnie chroniona)

Jak wskazała spółka (informacja prawnie chroniona), świadczy ona na rzecz Spółki usługę oprogramowania CallCenter (informacja prawnie chroniona), która polega na udostępnieniu serwera wraz oprogramowaniem, który jest następnie instalowany w sieci LAN klienta (Asmanta Call Center). Administrator (Asmanta) systemu (informacja prawnie chroniona) przygotowuje formularz kontaktowy, w oparciu o który zakładana jest kampanie telemarketingowa. Następnie konsultant (telemarketer) po zalogowaniu się do systemu może wykonywać połączenia wychodzące lub odbierać połączenia przychodzące. Jak z kolei wynika opisu ww. systemu na stronie internetowej (informacja prawnie chroniona)<sup>3</sup>, system zapewnia m.in. następujące funkcjonalności:

- skrypter rozmów - przygotowanie treści rozmowy,
- monitorowanie w czasie rzeczywistym pracy telemarketerów i postępu realizacji kampanii
- podgląd zrealizowanych i zarchiwizowanych kampanii,
- słuchanie rozmów w trakcie ich trwania, nadzór pracy telemarketera, sprawdzanie kompetencji i prawidłowej obsługi klienta,
- eksportowanie/importowanie bazy kontaktów,
- statystyki (liczba wykonanych/odebranych połączeń, czasu rozmowy, sprzedaży produktów itp.) w odniesieniu do telemarketera, wybranej kampanii itp.
- nagrywanie i udostępnianie nagranych rozmów (dowolny format nazwy pliku i dźwięku - WAV, MP3)
- raportowanie pozwalające na ocenę i rozliczenie czasu pracy, sprzedaży telemarketera.

(informacja prawnie chroniona) i (informacja prawnie chroniona) byli powiązani z (informacja prawnie chroniona) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału (informacja prawnie chroniona) (dalej: „(informacja prawnie chroniona)”), której działania były przedmiotem postępowania wyjaśniającego toczącego się przed Prezesem Urzędu o sygn. RŁO.403.2.2021. Głównym przedmiotem działalności (informacja prawnie

---

<sup>3</sup> (informacja prawnie chroniona)

*chroniona*) było prowadzenie kampanii telemarketingowych na rzecz podmiotów zlecających oraz pozyskiwaniem tzw. leadów, a zatem spółka ta zajmowała się dokładnie tym samym, czym zajmuje się Asmanta Call Center. Obecnie oddział w Polsce tej spółki jest wykreślony z rejestru przedsiębiorców KRS.

Do Prezesa Urzędu były kierowane liczne skargi konsumentów na temat działalności (*informacja prawnie chroniona*), dotyczyły one głównie niechcianych połączeń telefonicznych. Konsumenty wskazywali, że połączenia te miały w ich ocenie charakter uciążliwy (telemarketerzy dzwonili kilka bądź nawet kilkanaście razy w ciągu jednego dnia). W toku rozmów telefonicznych konsultanci zachęcali konsumentów do umówienia się na spotkanie dotyczące instalacji fotowoltaicznej bądź też zapraszali konsumentów na spotkania pokazowe. Łącznie na działania (*informacja prawnie chroniona*) wpłynęło kilkadziesiąt skarg od konsumentów.

Postępowanie wyjaśniające objęło swym zakresem także funkcjonowanie stron internetowych (zarządzanych przez (*informacja prawnie chroniona*)), a których nazwy domen imitowały domeny rządowe. Strony te zawierają człon „gov”, poprzedzony znakiem „-”, (były to następujące strony internetowe: -czystypowiat-gov.pl; -ekogmina-gov.pl; -mojprad-gov.pl.). Aktualnie ww. strony internetowe pozostają nieaktywne (*dowód: karty 550-551*).

(*informacja prawnie chroniona*) podpisywał umowy z kontrahentami w imieniu (*informacja prawnie chroniona*) (*dowód: umowa z (informacja prawnie chroniona), karty 552-560*). Ponadto w wyjaśnieniach jednego z kontrahentów (*informacja prawnie chroniona*) był on wskazany jako osoba, z którą dokonywano wszelkich ustaleń w ramach świadczonych usług (*dowód: karty 561-562*).

Z wyjaśnień (*informacja prawnie chroniona*) udzielonych Prezesowi Urzędu w toku kontroli (*informacja prawnie chroniona*) wynika, że był on dyrektorem call center (cyt.: „dyrektorem telemarketingu call center”). (*informacja prawnie chroniona*) oświadczył, że zarządzał zasobami ludzkimi we wszystkich oddziałach (*informacja prawnie chroniona*) w Polsce (w (*informacja prawnie chroniona*), a wcześniej jeszcze w (*informacja prawnie chroniona*)), a także zajmował się pozyskiwaniem klientów dla (*informacja prawnie chroniona*) (*dowód: nagranie wyjaśnień w toku kontroli, minuty 7:30-11:00; karta 636a*). Prezes Urzędu zwraca przy tym uwagę, że miasta lokalizacji centrów telefonicznych (*informacja prawnie chroniona*) - (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) pokrywają się z lokalizacjami centrów telefonicznych Asmanta Call Center.

(*informacja prawnie chroniona*) zawarł z (*informacja prawnie chroniona*) umowę świadczenia usług doradczych (*dowód: karty 566-568*). Otrzymał również od (*informacja prawnie chroniona*) pełnomocnictwo m.in. do zawierania w imieniu tej spółki umów handlowych oraz umów z dostawcami mediów czy reprezentowania w zakresie dotyczącym prowadzonej przez tą spółkę działalności (*dowód: pismo (informacja prawnie chroniona) z dnia 8 czerwca 2022 r., karta 565*).

Co więcej, z korespondencji elektronicznej przekazanej Prezesowi Urzędu w postępowaniu o sygn. RŁO.403.2.2021 dotyczącym praktyk (*informacja prawnie chroniona*), pojawia się nazwisko (*informacja prawnie chroniona*), która oficjalnie nie była ujawniona w rejestrach (*informacja prawnie chroniona*). (*informacja prawnie chroniona*) kierując w niektórych sytuacjach wiadomości e-mail do (*informacja prawnie chroniona*), wysyłał je również do wiadomości (*informacja prawnie chroniona*) (*dowód: płyta z korespondencją elektroniczną karta 631, pismo (informacja prawnie chroniona) z dnia 12 czerwca 2022 r. dot. postępowania RŁO.403.2.2021 karty 562-564*). Wiadomości e-mail nadawane przez (*informacja prawnie chroniona*) do (*informacja prawnie chroniona*) wskazują, że rola osoby powołanej oficjalnie w skład organu spółki sprowadzała się do sprawnego wypełniania



poleceń ze strony (*informacja prawnie chroniona*) co do złożenia podpisów i przekazania zwrotnie podpisanych dokumentów. Emailę miały m.in. następującą treść:

„Dzień dobry  
Poproszę o podpisanie załączonych dokumentów i odesłanie skanu. Podpis Imię i Nazwisko plus pieczętka plus podpis jak w paszporcie , dobrze?  
Oryginały - po dwa egzemplarze proszę wysłać do Lublina, dobrze?

Pozdrawiam  
(*informacja prawnie chroniona*)” (wiadomość e-mail z dnia 22.02.2021 r., dowód: karta 631)

„Witam  
Poproszę imię , nazwisko plus podpis jak w paszporcie plus pieczętka  
Oryginały muszą mieć w Lublinie na poniedziałek, dobrze?  
KOD 26  
Pozdrawiam  
(*informacja prawnie chroniona*)” (wiadomość e-mail z dnia 22.03.2021 r., dowód: karta 631)

„Спасибо Вам за ожидание.  
Все документы будут отправлены завтра, сегодня нет автобусов.  
Хорошего дня)<sup>4</sup>

вт, 12 окт. 2021 г. в 14:04, (*informacja prawnie chroniona*) <(informacja prawnie chroniona)>:  
Dziękuję  
wszystkie 3 dokumntety proszę jak najszybciej wysłać do mnie do Lublina, dobrze?

Pozdrawiam  
(*informacja prawnie chroniona*)” (wiadomość e-mail z dnia 12.10.2021 r., dowód: karta 631).

Odnosząc się do wniosku dowodowego (*informacja prawnie chroniona*) z dnia 14 marca 2023 r., Prezes Urzędu informuje, że nie znalazł uzasadnienia dla uwzględnienia wniosku. (*informacja prawnie chroniona*) wniósł o przeprowadzenie dowodu z przesłuchania (*informacja prawnie chroniona*) oraz jego samego, zawiadomienie o toczącym się postępowaniu (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) jako stron postępowania oraz wyłączenie go z przedmiotowego postępowania z powodu braku podstaw do przypisania mu roli osoby zarządzającej. W opinii Prezesa Urzędu złożony wniosek dowodowy ma na celu wyłącznie przedłużenie trwania postępowania. (*informacja prawnie chroniona*) miał możliwość przedstawić swoje stanowisko od początku trwania postępowania, tj. od 25 listopada 2022 r. Miał również możliwość (w tym w odpowiedzi na wezwania Prezesa Urzędu) przekazania wszelkich dowodów (w tym korespondencji elektronicznej) świadczących o okolicznościach zawarcia i realizacji zawartej przez niego umowy z Asmanta Call Center. Również (*informacja prawnie chroniona*) - jako pełniąca funkcję osoby uprawnionej do reprezentowania przedsiębiorcy zagranicznego w oddziale miała możliwość składania oświadczeń w toku postępowania oraz stosownego ich dokumentowania. Nie ma również uzasadnienia dla wniosku o zawiadomienie o niniejszym

---

<sup>4</sup> „Dziękuję Panu za oczekiwanie. Wszystkie dokumenty zostaną wysłane jutro, dzisiaj autobusów nie ma. Miłego dnia” (tłum. własne)

postępowaniu (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) w myśl art. 28 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 2000, 2185). Stronami niniejszego postępowania są Asmanta Call Center, (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) i każda ze stron została poinformowana o wszczęciu postępowania. W kwestii wniosku (*informacja prawnie chroniona*) o wyłączenie z przedmiotowego postępowania z powodu braku podstaw do przypisania mu roli osoby zarządzającej Prezes Urzędu informuje, że uzasadnienie przypisania mu roli osoby zarządzającej zostało opisane w części dotyczącej nałożenia kary.

## Wyjaśnienia Spółki

W piśmie z dnia 28 września 2022 r. (*dowód: karty 162-179*) Spółka oświadczyła, że nie pozyskuje danych osób i nie kieruje żadnych ofert handlowych w związku z wykonywanymi połączeniami. Wskazała, że w ramach wykonywanej działalności Oddziału, nabywa od (*informacja prawnie chroniona*) pakiety danych zawierające wyłącznie numer telefonu wytypowany w oparciu o kryterium geograficzne bez przypisania jakichkolwiek innych danych, który zgodnie z orzeczeniem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 18 maja 2021 r. w sprawie o sygn. Akt II SA/Wa 1898/20 nie pozwala na identyfikację konkretnej osoby i nie stanowi danych osobowych.

Przedsiębiorca zaprzeczył również, iż kiedykolwiek kierował lub kieruje oferty handlowe do rozmówców podczas wykonywanych połączeń. Zdaniem Przedsiębiorcy już samo pojęcie oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego wskazuje na fakt, że winien być to precyzyjny przekaz dotyczący konkretnego towaru lub usługi oferowanego przez konkretny podmiot wyrażony w taki sposób, aby jej akceptacja prowadziła do zawierania umowy sprzedaży, co oznacza, iż oferta musi zawierać *essentialia negotii* zawieranej umowy, w tym także cenę. W opinii Spółki brak jest w jej działaniach jakichkolwiek elementów oferty. Połączenia mają na celu wyłącznie zbadanie zainteresowania rozmówcy określoną tematyką, a w przypadku wyrażenia takiego zainteresowania przez rozmówcę zaproszenie go na spotkanie związane ze wskazaną tematyką - w takiej sytuacji to rozmówca podaje swoje dane osobowe niezbędne do udziału w spotkaniu. Spółka podkreśla, że nigdy podczas rozmowy nie składała żadnych ofert handlowych mających umożliwić rozmówcy nabycie jakiegokolwiek towaru lub usługi w trakcie połączenia.

Spółka twierdzi, iż wykonywane połączenia nie zawierają w sobie żadnej oferty oraz nie noszą cech marketingu bezpośredniego i w związku z tym Spółka nie jest obowiązana do uzyskiwania zgody, o której mowa w art. 172 pt.

## Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:

### Interes publiczny

Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego prowadzi do wniosku, iż w przedmiotowej sprawie należy przypisać Spółce stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275 ze zm.; dalej: „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów” lub „uokik”).

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów

zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie. Interes publiczny wymaga, aby zapewniona była ochrona konsumentów w procesie zawierania i następnie wykonywania umów.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, to jest tych, których numery telefonów znalazły się w bazie Asmanta Call Center i do których wykonywane są połączenia telemarketingowe. Potencjalnie zatem każdy z konsumentów mógłby być objęty zachowaniem rynkowym Przedsiębiorcy kwestionowanym przez Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu.

Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Przedsiębiorcy pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### **Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów**

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jak wynika z art. 24 ust. 2 uokik, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może zostać uznane wyłącznie takie działanie przedsiębiorcy, które spełnia łącznie następujące przesłanki:

- jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

W otwartym katalogu zakazanych praktyk ustawodawca umieścił m.in.: naruszenie obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik) oraz nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji ( art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 uokik). Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również *stricto* ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

Przez zbiorowy interes należy rozumieć interes dotyczący ogółu (zbiorowości), którego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań bądź zaniechań przedsiębiorcy dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa

w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy.

W ocenie Prezesa Urzędu wskazane w niniejszej decyzji zachowania Spółki godzą w zbiorowe interesy konsumentów. Skutkami działań Spółki dotknięty jest nieokreślony krąg podmiotów, co w odniesieniu do zarzucanych Spółce praktyk oznacza konsumentów, do których kierowane były połączenia telemarketingowe. Potencjalnie zatem każdy z konsumentów mógłby być objęty zachowaniem rynkowym Spółki kwestionowanym przez Prezesa Urzędu w niniejszej decyzji.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2019 r. poz. 1292 i 1495 oraz z 2020 r. poz. 424 i 1086). W myśl art. 4 ust. 1 ww. ustawy przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (art. 3 ww. ustawy).

Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) jest wpisana do Jednolitego Rejestru Państwowego podmiotów prawnych i osób fizycznych - przedsiębiorców oraz ugrupowań politycznych pod numerem 44009023. Oddział zagranicznego Przedsiębiorcy Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) został wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej jako: „KRS”) w dniu 15 września 2021 r. pod numerem 0000920149. Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, której głównym przedmiotem jest działalność centrów telefonicznych (call center).

W przedmiotowej sprawie stroną postępowania jest przedsiębiorca, prowadzący działalność gospodarczą w ramach oddziału zagranicznego przedsiębiorcy. Tym samym Asmanta Call Center przy wykonywaniu działalności gospodarczej, która bezsprzecznie wywołuje skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### **Sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami**

Odnosząc się do kolejnej z przesłanek - stwierdzić należy, że bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jest jako sprzeczność zachowania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa lub sprzeczność z dobrymi obyczajami. Należy przyjąć, że „zachowanie sprzeczne z prawem” to działanie lub zaniechanie bezprawne, sprzeczne z nakazem lub zakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych oraz z zasadami współżycia społecznego. Bezprawność, rozumiana jako sprzeczność z prawem, jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tj. niezależnym od wystąpienia szkody, czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań

bezprawnych. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa<sup>5</sup>.

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z zachowaniem przedsiębiorcy sprzecznym z prawem. Kwestionowane działania Spółki polegają na naruszeniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2022 r. poz. 1648; dalej: „prawo telekomunikacyjne” lub „pt”) oraz ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070; dalej: „upnpr”).

Należy przy tym podkreślić, że w związku z wejściem w życie w dniu 1 stycznia 2023 r. Ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw z dnia 1 grudnia 2022 r. (Dz.U. z 2022 r. poz. 2581), zostały wprowadzone zmiany w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, prawie telekomunikacyjnym oraz ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Znowelizowane zostało m.in. brzmienie art. 172 pt. Niemniej postępowanie administracyjne zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte w dniu 25 listopada 2022 r., w związku z czym stosuje się do niego przepisy obowiązujące przed 1 stycznia 2023 r.

### **Praktyka określona w punkcie I.1 sentencji niniejszej decyzji**

Prezes Urzędu uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę, polegające na wykorzystywaniu telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami.

Mając na uwadze powyżej przedstawiony stan faktyczny wskazać należy, że stosownie do brzmienia art. 172 ust. 1 prawa telekomunikacyjnego aktualnego na dzień wszczęcia postępowania o sygn. RŁO.610.8.2022 zakazane jest używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego, chyba że abonent lub użytkownik końcowy uprzednio wyraził na to zgodę. Przez telefoniczne urządzenia końcowe zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 43 prawa telekomunikacyjnego należy rozumieć urządzenia telekomunikacyjne przeznaczone do podłączenia bezpośrednio lub pośrednio do zakończeń sieci. Urządzeniem telekomunikacyjnym jest zaś urządzenie elektryczne lub elektroniczne przeznaczone do zapewniania telekomunikacji (art. 2 ust. 1 pkt 46 prawa telekomunikacyjnego).

Zgodnie z art. 174 prawa telekomunikacyjnego do uzyskania zgody abonenta lub użytkownika końcowego stosuje się przepisy o ochronie danych osobowych. Zgodnie z art. 4 pkt 11) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Dz.U. UE L z 2016 r. nr 119/1; dalej: „RODO”) „zgoda” osoby, której dane dotyczą oznacza dobrowolne, konkretne, świadome i jednoznaczne okazanie woli, którym osoba, której dane dotyczą, w formie oświadczenia lub wyraźnego działania potwierdzającego, przyzwala na przetwarzanie dotyczących jej danych osobowych. Wyrażenie zgody musi mieć charakter uprzedni, tj. musi nastąpić jeszcze przed użyciem przez przedsiębiorcę danego końcowego urządzenia telekomunikacyjnego.

---

<sup>5</sup> por. *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, pod red. J. Szwejki, CH Beck, Warszawa 2000, s. 117-118.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Spółka dopuściła się naruszenia dyspozycji art. 172 ust. 1 w zw. z art. 174 prawa telekomunikacyjnego.

Przy ocenie zakwestionowanej praktyki przede wszystkim należy zbadać cel kontaktu z konsumentem. Nie ma wątpliwości że w niniejszej sprawie ostatecznym celem kontaktu jest zawarcie umowy między konsumentem a przedsiębiorcą zajmującym się sprzedażą lub montażem instalacji fotowoltaicznych bądź przedsiębiorcą organizującym pokazy handlowe. Połączenia telefoniczne są wykonywane zazwyczaj na rzecz (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*). Zgodnie z wyjaśnieniami (*informacja prawnie chroniona*) „*jej działania zmierzają do (...) wsparcia podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży sprzętów i towarów mających za cel poprawę warunków życia tych osób*”. Nie ma zatem wątpliwości, że ostateczny cel wykonywania tych połączeń ma charakter handlowy - telefon do konsumenta jest pierwszym krokiem do zawarcia z nim umowy sprzedaży. Co więcej, z przekazanych przez Przedsiębiorcę skryptów wynika, że w trakcie rozmowy przekazywana im jest informacja, iż „*(...) spotkanie potrwa godzinę czasu a na miejscu po za odbiorem telewizora będzie możliwość zapoznać się z całą ofertą naszego partnera, która (...) w tym dniu będzie wyjątkowo atrakcyjna*”. Zdaniem Prezesa Urzędu ww. treść rozmowy jasno wskazuje na marketingowy cel nawiązania kontaktu z konsumentem.

Z kolei połączenia telefoniczne wykonywane na rzecz (*informacja prawnie chroniona*) mają na celu gromadzenie danych osobowych osób *zainteresowanych wdrożeniem rozwiązań związanych z odnawialnymi źródłami energii we własnych gospodarstwach domowych lub firmach*, a następnie umówienie spotkania konsumenta z przedstawicielem firmy zajmującej się montażem instalacji fotowoltaicznych. Zdaniem Prezesa Urzędu „*badanie zainteresowania*”, o którym wspomina Spółka w swoich wyjaśnieniach (por. wyjaśnienia Spółki - s. 26 niniejszej decyzji) również jest pierwszym krokiem do zawarcia z konsumentem umowy przez kontrahenta ww. fundacji.

W ocenie Prezesa Urzędu działania Spółki mieszczą się w pojęciu marketingu bezpośredniego. W art. 172 prawa telekomunikacyjnego ustawodawca nie zdefiniował pojęcia marketingu bezpośredniego. Przez „marketing” definiuje się sztukę zdobywania, utrzymywania, rozwijania klienta poprzez tworzenie, dawanie, komunikowanie mu wartości, które mają dla niego największe znaczenie<sup>6</sup>. Marketing może mieć również na celu poznanie potrzeb konsumentów oraz ustalenie metod dystrybucji, sprzedaży i reklamy towarów. Bezpośredniość zaś oznacza skierowanie komunikatu do konkretnej osoby, celem uzyskania bezpośredniej reakcji (odpowiedzi). Marketing bezpośredni obejmuje swą definicją nie tylko działania o charakterze sprzedażowym, ale także działania służące dostarczaniu informacji, których końcowym efektem jest zainteresowanie końcowego adresata informacją ofertą handlową. Marketing bezpośredni jest to zatem działalność polegająca na dostarczaniu bezpośrednio klientom informacji lub propozycji dotyczących sprzedaży towarów i usług poprzez różne kanały komunikowania. W innych opracowaniach marketing bezpośredni określa się jako *interaktywny system bezpośrednich i personalizowanych działań marketingowych, wykorzystujących dowolne media, celem otrzymania mierzalnej reakcji, która może dążyć do kupna produktu*.<sup>7</sup>

Marketing bezpośredni jest przy tym pojęciem węższym od informacji handlowej, zdefiniowanej w art. 2 pkt 2 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą

<sup>6</sup> M. Wejtko, *Dożywni romans z klientem*, „Marketing Serwis”, 1998, nr 11

<sup>7</sup> R. Wolniak, K. Malicka, *Marketing bezpośredni w przedsiębiorstwie produkcyjnym branży meblarskiej - ocena jakości stosowanych narzędzi*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach, Nr 1(6)/2010, s. 140, za: K Czupryna, *Skuteczny marketing bezpośredni. Narzędzia, techniki, operacje, czyli jak zarobić 17 milionów dolarów*, IFC PRESS, Kraków 2004.

elektroniczną (Dz. U. z 2020 r. poz. 344)<sup>8</sup> w tym sensie, że działalność przedsiębiorcy podejmowana dla celów marketingu bezpośredniego powinna spełniać kryterium „oznaczoności”. Marketing bezpośredni, do którego odnosi się art. 172 pt, oparty jest na komunikatach kierowanych do wybranych (określonych) podmiotów, często w indywidualnym bezpośrednim kontakcie, zazwyczaj w celu uzyskania ich reakcji (odpowiedzi) i osiągnięcia efektu handlowego w momencie kontaktu z konsumentem lub później. W związku z powyższym, przesłankę bezpośredniości w odniesieniu do marketingu towarów lub usług należy rozumieć jako przesłankę przesłania komunikatu do określonego adresata, przy czym kryterium „określoności” należy rozumieć w ten sposób, że jest to odbiorca „indywidualizowany” (choć może być anonimowy lub przedsiębiorca kierujący komunikat nie posiada pewnych danych go indywidualizujących). Oznacza to, że komunikat kierowany jest do konkretnego podmiotu, w przeciwieństwie do skierowania komunikatu w tym samym czasie do nieoznaczonego kręgu osób - np. umieszczony na stronie internetowej. Jednoczesne skierowanie komunikatu do grupy osób także może być uznane za marketing bezpośredni, o ile możliwe jest ustalenie konkretnych osób-adresatów komunikatu (np. rozsyłanie wiadomości elektronicznych). Przesłanka indywidualizowania odbiorcy zostaje spełniona już poprzez samo wyselekcjonowanie numeru telefonu konsumenta, do którego zwróci się następnie przedsiębiorca - kluczowe dla zakwalifikowania jako formy marketingu bezpośredniego jest to, by zastosowany kanał komunikacji dostosowany był do przekazania komunikatu indywidualnej osobie.

Jednocześnie należy stwierdzić, że marketing bezpośredni to jeden z rodzajów informacji handlowej. Jak się bowiem wskazuje w opracowaniach, pojęcie informacji handlowej obejmuje:<sup>9</sup>

- 1) reklamę bezpośrednią i pośrednią;
- 2) reklamę publiczną i niepubliczną;
- 3) marketing bezpośredni, który dotyczy przekazów skierowanych do indywidualizowanych adresatów (np. mailing, telemarketing);
- 4) promocje sprzedaży polegające na otrzymaniu przez odbiorcę bezpłatnej wartości materialnej (świadczenia) w szerokim znaczeniu, to jest tzw. reklamę wartościową; przykładami są tutaj sprzedaż premiowa, loteria promocyjna, rozdawanie próbek i upominków oraz konkursy; promocje sprzedaży wyodrębni art. 9 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
- 5) sponsorowanie, to jest każdą formę partycypacji sponsora w kosztach określonego przedsięwzięcia innego podmiotu, pod warunkiem że udział w finansowaniu jest podejmowany w celach promocyjnych sponsora; promocja sponsora polega na upowszechnianiu jego nazwy, firmy lub znaku towarowego; w takim właśnie znaczeniu użyto w art. 2 pkt 2 sformułowania „promocja wizerunku przedsiębiorcy”, wzorem art. 2 lit. f dyrektywy 2000/31/WE;
- 6) działania public relations, których celem jest promocja wizerunku przedsiębiorców w rozumieniu art. 43<sup>1</sup> Kodeksu cywilnego, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej;

---

<sup>8</sup> tj. każdej informacji przeznaczonej bezpośrednio lub pośrednio do promowania towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorcy (...) z wyłączeniem informacji umożliwiającej porozumiewanie się za pomocą środków komunikacji elektronicznej z określoną osobą oraz informacji o towarach i usługach niesłużącej osiągnięciu efektu handlowego pożądanego przez podmiot, który zleca jej rozpowszechnianie, w szczególności bez wynagrodzenia lub innych korzyści od producentów, sprzedawców i świadczących usługi.

<sup>9</sup> P. Kantorowski, *Informacja handlowa i marketing bezpośredni bez uprzedniej wyraźnej zgody - wybrane zagadnienia*, *Radca Prawny* kwartalnik nr 2(27)/2021, <https://kwartalnikradcaprawny.kirp.pl>.

*7) propozycje zawarcia umowy, takie jak oferta, zaproszenie do składania ofert, zaproszenie do negocjacji*

Przez marketing bezpośredni należy zatem rozumieć działania skierowane do wybranego adresata, których celem jest przekazanie informacji handlowej, w tym promowanie produktów lub usług lub przekazywanie propozycji dotyczących sprzedaży towarów i usług poprzez różne kanały komunikowania zazwyczaj w celu uzyskania ich reakcji (odpowiedzi) i osiągnięcia efektu handlowego w momencie kontaktu z konsumentem lub później.

Co ważne, jak wynika wprost z cytowanych przepisów ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, to czy dana informacja jest informacją handlową (w tym marketingiem bezpośrednim) nie wynika z tego, czy informacja ta dotyczy oferty podmiotu, który jest jej nadawcą, ale z charakteru samej informacji i tego, czy służy ona osiągnięciu efektu handlowego pożądanego przez podmiot, który zleca jej rozpowszechnianie lub korzysta (w szczególności za wynagrodzeniem) z efektów handlowych rozpowszechnionej informacji. Jak wynika bowiem z art. 2 lit. f dyrektywy 2000/31/WE<sup>10</sup> (implementowanej przez ustawę o świadczeniu usług drogą elektroniczną), za informację handlową nie uważa się informacji odnoszących się do towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorstwa, organizacji lub osoby, opracowywanych w sposób niezależny, w szczególności jeżeli są one udzielane bez wzajemnych świadczeń finansowych. Jeżeli więc podmiot trzeci przesyła informację o osobie lub produktach przedsiębiorcy, z którym łączą go (bezpośrednio lub pośrednio) więzy handlowe, i informacja ta wspiera obrót gospodarczy tego przedsiębiorcy, będzie to traktowane jako informacja handlowa w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną (analogicznie - marketing bezpośredni).<sup>11</sup>

Ponieważ zatem cechą działań podejmowanych w celach marketingu bezpośredniego jest nakierowanie na osiągnięcie efektu handlowego, najczęściej w postaci zwiększenia popytu na towary lub usługi przedsiębiorcy (będącego nadawcą informacji handlowej lub zlecającego jej rozpowszechnianie lub korzystającego za wynagrodzeniem z efektów handlowych jej rozpowszechniania), marketing bezpośredni obejmuje nie tylko działania o charakterze sprzedażowym, ale również jakiegokolwiek działania, które służą dostarczeniu informacji, jeśli ich końcowym efektem jest zainteresowanie adresata ofertą tego przedsiębiorcy. Tym samym jako mieszczące się w hipotezie art. 172 pt kwalifikowane mogą być nie tylko sytuacje, w których przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem w celu przedstawienia propozycji zawarcia umowy, ale także gdy:

- kontakt ma na celu uzyskanie zgody na marketing bezpośredni, w tym na zaprezentowanie oferty;
- kontakt jest wykorzystywany do umówienia bezpośredniego spotkania z przedstawicielem handlowym, którego zadaniem jest przedstawienie oferty określonego produktu i zawarcie umowy;
- przedsiębiorca nawiązuje kontakt ze swoim klientem w celu zbadania jego potrzeb lub oczekiwań co do oferowanych przez przedsiębiorcę towarów lub usług;
- kontakt ma na celu informowanie o akcjach promocyjnych przedsiębiorcy, bez składania propozycji zawarcia umowy przez telefon,

<sup>10</sup> Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego, t.j. Dz.U.U.E.L.2000.178.1.

<sup>11</sup> Por. P. Kantorowski, op. cit.



- kontakt dotyczy zapowiedzi oferty.

W związku z powyższym, wykorzystywanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych do zapraszania na pokazy o charakterze handlowym lub do zbierania danych konsumentów zainteresowanych spotkaniem z przedstawicielem firmy zajmującej się montażem instalacji fotowoltaicznych, podczas których może dojść do zawarcia umowy między konsumentem a przedsiębiorcą, jest działaniem w celu marketingu bezpośredniego, a tym samym wymaga uzyskania uprzedniej zgody konsumenta w rozumieniu art. 172 ust. 1 pt.

W tym miejscu konieczne jest również odniesienie się do sformułowanego w art. 172 ust. 1 prawa telekomunikacyjnego pojęcia uprzedniej zgody abonenta lub użytkownika końcowego.

W pierwszej kolejności należy wskazać, że w przyjętym przez ustawodawcę modelu ochrony konsumentów przed niechcianym marketingiem bezpośrednim jest zapewnienie konsumentowi wolności od bycia narażonym na otrzymywanie komunikacji handlowej, której nie zamawiał<sup>12</sup>. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w przyjętej na gruncie art. 172 pt konstrukcji wyrażania zgód marketingowych w tzw. modelu opt in, który zakłada konieczność uzyskania uprzedniej zgody abonenta lub użytkownika końcowego na kontakt w celach marketingowych. W związku z powyższym uzyskanie uprzedniej zgody na kontakt marketingowy oznacza, iż na osi czasu działanie przedsiębiorcy w celu pozyskania takiej zgody konsumenta powinno poprzedzać sam kontakt marketingowy, jak również wykorzystanie przez przedsiębiorcę danego telekomunikacyjnego urządzenia końcowego lub automatycznego systemu wywołującego dla celów marketingu bezpośredniego.

W ocenie Prezesa Urzędu, o prawidłowo skonstruowanej zgodzie na gruncie przepisu art. 172 ust. 1 w zw. z art. 174 prawa telekomunikacyjnego należy mówić wyłącznie, gdy jest ona skonstruowana w sposób wyraźny i jednoznaczny, posiada ona walor konkretności - wyrażający zgodę powinien wiedzieć w jakim celu i komu niniejszą zgodę udziela. Oznacza to, że w jej treści powinny zostać jednoznacznie wskazane kanały komunikacji, które zgoda obejmuje (np. sms, telefon/telekomunikacyjne urządzenie końcowe, e-mail), cel, dla którego została ona wyrażona, jak również podmiot, na rzecz którego jest ona udzielana. W celu potwierdzenia tych twierdzeń należy wskazać, że warunki prawidłowo udzielonej zgody na podstawie prawa telekomunikacyjnego zostały sformułowane w sposób analogiczny do warunków udzielenia zgody na przetwarzanie danych osobowych w ustawie o ochronie danych osobowych<sup>13</sup>. W konsekwencji aktualne jest orzecznictwo, w którym Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 4 kwietnia 2003 r. (sygn. akt II SA 2135/2002) dokonując interpretacji w zakresie prawidłowo udzielonej zgody na przetwarzanie danych osobowych wyraził stanowisko, że „zgoda na przekazywanie danych musi mieć charakter wyraźny, a jej wszystkie aspekty muszą być jasne dla podpisującego w momencie jej wyrażania. Czynności takiej nie konwaliduje późniejsze poinformowanie o treści regulaminu, ani możliwość zgłoszenia zastrzeżeń wobec pewnych form przetwarzania danych osobowych”, tym samym taką interpretację należy przyjąć w przypadku analogicznie sformułowanej zgody w art. 172 pt.

W ocenie Prezesa Urzędu wykorzystywanie numerów telefonów znajdujących się w pakietach nabywanych od innego przedsiębiorcy prowadzi do sytuacji, w której Spółka nie

---

<sup>12</sup> Por. motyw 40 dyrektywy o prywatności i łączności elektronicznej, zgodnie z którym należy zapewnić środki zabezpieczające abonentów przed ingerencją w ich prywatność przez niezamówione komunikaty do celów marketingu bezpośredniego w szczególności przez urządzenia do wywołań automatycznych, telefaksy i wiadomości z poczty elektronicznej (e-maile), w tym wiadomości SMS.

<sup>13</sup> Zgodnie z art. 7 pkt 5 ustawy o ochronie danych osobowych, Ilekroć w tej ustawie jest mowa o zgodzie osoby, której dane dotyczą - rozumie się przez to oświadczenie woli, którego treścią jest zgoda na przetwarzanie danych osobowych tego, kto składa oświadczenie; zgoda nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści, zgoda może być odwołana w każdym czasie.

disponuje uprzednią, dobrowolną, świadomą i jednoznaczną zgodą konsumenta na kontakt ze strony Asmanta Call Center w celach marketingowych i nie spełnia tym samym wymogów z art. 172 ust. 1 w związku z art. 174 prawa telekomunikacyjnego, ponieważ zgoda o której mowa w art. 172 prawa telekomunikacyjnego nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści.

Co więcej, z informacji, jakie Przedsiębiorca przekazuje konsumentom wynika, że nabywane pakiety nie zawierają danych pozwalających na identyfikację lub ustalenie tożsamości osób, z którymi nawiązywany jest kontakt. Tym samym, skoro nabywane bazy numerów telefonicznych nie zawierają danych identyfikujących konsumenta, tym bardziej nie mogą zawierać zgody na kontakt w celach marketingowych ze strony Spółki.

Potwierdzają to skargi adresowane do Prezesa UOKiK przez konsumentów. Powtarza się w nich zarzut braku zgody na otrzymywanie połączeń telefonicznych ze strony Przedsiębiorcy. Praktyka stosowana przez Spółkę jest nazywana wręcz „nękaniem” czy „uprzykrzaniem życia”. Asmanta Call Center, mimo sygnałów od konsumentów, że nie są zainteresowani proponowanymi usługami, kontynuuje wykonywanie połączeń do nich („*Nie jestem zainteresowana żadną komunikacją marketingową od jakiegokolwiek podmiotu, a zwłaszcza nie życzę sobie nękania przez roboty. Wyrażałam swoje żądania wielokrotnie wprost, przez telefon - bez ŻADNEGO skutku. Za chwilę otrzymywałam kolejny telefon. Ale wreszcie, na podstawie ostatniego telefonu od Państwa spółki (z numeru +48 62 590 01 72; 11.08.2022, 12:40), udało mi się Państwa namierzyć*”).

Należy przy tym wskazać, że Przedsiębiorca udostępnia na swojej stronie internetowej formularz, który ma służyć usunięciu numeru telefonu z bazy danych. Niemniej w tym celu konsument jest zobowiązany podać swoje imię i nazwisko, adres e-mail, numer telefonu oraz zaznaczyć odpowiednie zgody. Przy czym jedna z wymaganych zgód upoważnia Spółkę do przetwarzania danych osobowych konsumenta w celach marketingowych na postawie prawnie uzasadnionego interesu administratora. Tym samym konsument, który żąda usunięcia swojego numeru z bazy danych Asmanta Call Center musi zaznaczyć zgodę, która *de facto* sankcjonuje przetwarzanie jego danych osobowych w celach marketingowych.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że podmiot stosujący marketing bezpośredni ponosi odpowiedzialność w zakresie prawidłowości udzielonych przez użytkowników końcowych zgód, o których mowa w art. 172 pt, niezależnie od tego czy sam uzyskiwał przedmiotowe zgody czy też uzyskał bazę zgód od podmiotu trzeciego. W świetle wyroku Sądu Najwyższego z dnia 17 lutego 2016 r. (III SZP 7/15), obowiązek uzyskania zgody abonenta lub użytkownika końcowego celem legalnego korzystania z automatycznych systemów wywołujących i telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego obciąża przedsiębiorcę, który zleca ich użycie w tym celu innemu przedsiębiorcy, któremu przekazał bądź udostępnił stosowną bazę danych. Sąd Najwyższy w uzasadnieniu prawnym ww. wyroku, odnosząc się do zlecenia podmiotowi trzeciemu używania automatycznego systemu wywołującego (tym samym: telekomunikacyjnego urządzenia końcowego) dla celów marketingu bezpośredniego, wyraził następujące stanowisko:

*„Tym bardziej zlecenie przez dostawcę publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych innemu przedsiębiorcy wysyłania wiadomości noszących znamiona marketingu bezpośredniego przy użyciu automatycznych systemów wywołujących SMS i IVR [przypis własny: Interactive Voice Response - nazwa systemu pozwalającego na interaktywną obsługę osoby dzwoniącej] na przekazane przez dostawcę numery telefonów jest używaniem automatycznych systemów wywołujących [przypis własny: (dalej jako: ASW)] dla celów marketingu bezpośredniego przez tego dostawcę. W świetle konstrukcji zakazu używania ASW w takim stanie faktycznym nie ma znaczenia, czy dostawca posługuje się samodzielnie ASW, czy też zleca posłużenie się ASW innemu podmiotowi dla celów marketingu bezpośredniego usług tego dostawcy telekomunikacyjnego. Przepis art. 172 ust. 1 PT nie*

wprowadza rozróżnienia między takimi sytuacjami. W sytuacji, gdy dostawca określa zasady działań marketingowych, grupę docelową oraz przekazuje numery komórkowe, na które mają być wykonywane połączenia przez ASW, a dodatkowo dołącza zgody marketingowe, to w ocenie Sądu Najwyższego jest to używanie ASW w rozumieniu art. 172 ust. 1 PT, a takie używanie wymaga uzyskania uprzedniej zgody abonenta lub użytkownika końcowego. W konsekwencji Sąd Najwyższy uznaje, że obowiązek uzyskania zgody abonenta celem legalnego korzystania z ASW obciąża przedsiębiorcę, który faktycznie używa ASW oraz przedsiębiorcę, który postuluje się ASW innemu przedsiębiorcy (zleca użycie ASW innemu przedsiębiorcy) dla celów marketingu bezpośredniego adresowanego do abonentów i użytkowników końcowych, których bazę przekazał temu innemu przedsiębiorcy.”

Spółka oświadczyła, że nie pozyskuje danych osób i nie kieruje żadnych ofert handlowych w związku z wykonywanymi połączeniami. Wskazała, że w ramach wykonywanej działalności Oddziału, nabywa od (*informacja prawnie chroniona*) pakiety danych zawierające wyłącznie numer telefonu wytypowany w oparciu o kryterium geograficzne bez przypisania jakichkolwiek innych danych, który zgodnie z orzeczeniem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 18 maja 2021 r. w sprawie o sygn. Akt II SA/Wa 1898/20 nie pozwala na identyfikację konkretnej osoby i nie stanowi danych osobowych.

Przedsiębiorca zaprzeczył również, iż kiedykolwiek kierował lub kieruje oferty handlowe do rozmówców podczas wykonywanych połączeń. Zdaniem Przedsiębiorcy już samo pojęcie oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego wskazuje na fakt, że winien być to precyzyjny przekaz dotyczący konkretnego towaru lub usługi oferowanego przez konkretny podmiot wyrażony w taki sposób, aby jej akceptacja prowadziła do zawierania umowy sprzedaży, co oznacza, iż oferta musi zawierać *essentialia negotii* zawieranej umowy, w tym także cenę. W opinii Spółki brak jest w jej działaniach jakichkolwiek elementów oferty. Połączenia mają na celu wyłącznie zbadanie zainteresowania rozmówcy określoną tematyką, a w przypadku wyrażenia takiego zainteresowania przez rozmówcę zaproszenie go na spotkanie związane ze wskazaną tematyką - w takiej sytuacji to rozmówca podaje swoje dane osobowe niezbędne do udziału w spotkaniu. Spółka podkreśla, że nigdy podczas rozmowy nie składała żadnych ofert handlowych mających umożliwić rozmówcy nabycie jakiegokolwiek towaru lub usługi w trakcie połączenia.

Spółka twierdzi, iż wykonywane połączenia nie zawierają w sobie żadnej oferty oraz nie noszą cech marketingu bezpośredniego i w związku z tym Spółka nie jest obowiązana do uzyskiwania zgody, o której mowa w art. 172 pt.

Przedsiębiorca tłumaczył, że uzyskał zapewnienie od podmiotu, od którego nabył bazy telefonów, iż są one pozyskane z legalnych źródeł. Niemniej, mimo licznych skarg konsumenckich, nie zweryfikował on czy rzeczywiście tak było. Co więcej, niniejsza decyzja nie ocenia źródła pozyskania numerów telefonów, a kwestię uzyskania uprzedniej zgody na marketing bezpośredni. Także nawet pozyskanie bazy danych numerów telefonicznych z legalnego źródła nie świadczy o działaniu zgodnie z przepisami uokik i pt, jeśli następnie są one wykorzystywane w sposób sprzeczny z prawem telekomunikacyjnym.

Prezes Urzędu nie uznaje zasadności stanowiska Spółki odnośnie braku obowiązku uzyskania przez nią zgody, o której mowa w art. 172 pt, co zostało już omówione powyżej. Przede wszystkim całkowicie błędne jest stwierdzenie Spółki, że wykonywane połączenia nie noszą cech marketingu bezpośredniego. Nie polegają na prawdzie również twierdzenia Spółki, jakoby wykonywane przez nią połączenia miały na celu *wyłącznie zbadanie zainteresowania rozmówcy określoną tematyką, a w przypadku wyrażenia takiego zainteresowania przez rozmówcę zaproszenie go na spotkanie związane ze wskazaną tematyką*. Spółka w ramach swojej komercyjnej działalności kieruje do zindywidualizowanych konsumentów komunikaty o charakterze marketingowym, zawierające w swojej treści wyraźnie perswazyjne elementy (obietnica korzyści: „Należy się

*Panu dofinansowanie*”; obietnica korzyści polegającej na otrzymaniu prezentu w postaci telewizora „zupelnie za darmo”; możliwość zapoznania się z „wyjątkowo atrakcyjną w tym dniu (...) ofertą naszego partnera”; autoprezentacja: „dbamy o naszych klientów, dlatego że jako jedna z niewielu firm na rynku działamy kompleksowo”; obietnica szczegółowych wyjaśnień ze strony „eksperta”: „konkretne najlepsze dla Pana rozwiązania przedstawi ekspert energetyczny”) mające skłonić konsumentów do zainteresowania się ofertą handlową podmiotów, w interesie których działała Spółka otrzymując z tego tytułu wynagrodzenie. Działania te odpowiadają definicji marketingu bezpośredniego. Przyznaje zresztą to również (*informacja prawnie chroniona*) w swoich wyjaśnieniach dotyczących realizowanych przez niego obowiązków w ramach działalności gospodarczej Spółki: *są obecnie sporządzane raporty co każde pół godziny celem bieżącego monitorowania skuteczności i jakości działań telemarketingowych oraz oceny kosztów umówienia spotkania, co jest w późniejszym czasie podstawą dla osób zarządzających ustalenia stawek dla kontrahentów* (podkreślenie UOKiK). Stanowisko Prezesa Urzędu odnośnie pojęcia marketingu bezpośredniego zostało wskazane w wywodach powyżej, jak również było przedstawione m.in. w decyzjach Prezesa Urzędu o sygn. DOZIK 1/2019<sup>14</sup> czy RPZ 5/2020. Przedsiębiorca, jako podmiot profesjonalny działający na rynku telemarketingu, mógł bez problemu zapoznać się ze wskazanymi decyzjami, a tym samym mógł uniknąć naruszenia prawa.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, nawiązywanie kontaktu telefonicznego w celu zapraszania konsumentów na pokazy handlowe, podczas których istnieje także możliwość zakupu lub spotkania z przedstawicielem firmy zajmującej się zawieraniem umów na montaż instalacji fotowoltaicznej, mieści się w pojęciu marketingu bezpośredniego. Marketing bezpośredni obejmuje bowiem swą definicją nie tylko działania o bezpośrednim charakterze sprzedażowym, ale także działania służące dostarczaniu informacji, w celu zainteresowania końcowego adresata informacją o ofercie handlowej.

Wobec powyższego Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I.1 sentencji decyzji.

### **Praktyka określona w punkcie I.2 sentencji niniejszej decyzji**

Zastrzeżenia Prezesa Urzędu budzą praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę, polegające na wywoływaniu wrażenia w trakcie prowadzonych przez Asmanta Call Center rozmów telemarketingowych, podczas których konsument zachęcany jest do umówienia spotkania handlowego dotyczącego usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych, że konsument może uzyskać do 20 500 złotych dotacji w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” na „instalację fotowoltaiczną”, podczas gdy wysokość dofinansowania w postaci dotacji dla mikroinstalacji fotowoltaicznej w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” (dalej: „Mój Prąd 4.0”) wynosi do 4 tys. zł (bez zakupu dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej ) lub do 5 tys. (przy zakupie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) na jedno przedsięwzięcie, a koniecznym warunkiem otrzymania łącznej dotacji w wysokości do 20 500 zł w ramach naboru do ww. programu jest zakup i montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej oraz jednocześnie wszystkich wymienionych w ww. programie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej w zakresie magazynowania ciepła, magazynowania energii elektrycznej oraz systemu zarządzania energią, co może utrudniać prawidłową ocenę przez konsumenta warunków otrzymania dotacji.

---

<sup>14</sup> Decyzja utrzymana w mocy wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 grudnia 2020 r. w sprawie o sygn. XVII AmA 22/19, prawomocna z dniem 25 stycznia 2021 r.

W prowadzonych przez Przedsiębiorcę rozmowach telemarketingowych kładziony jest nacisk na wysokość dotacji w ramach programu „Mój prąd 4.0”. Konsultanci podkreślają, że jest to „rekordowa” kwota 20 500 zł na „fotowoltaikę”. Nie przedstawiają jednak szczegółów programu. Przedsiębiorca nie podaje w trakcie połączeń telefonicznych pełnej nazwy programu, tj. Program Priorytetowy Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021 - 2023 (MP4), mówi o programie „Mój prąd 4.0”, jednak ta właśnie skrócona nazwa programu, używana również przez jego organizatorów oraz maksymalna kwota dotacji prowadzą do wniosku, że chodzi o rządowy program dofinansowań mikroinstalacji fotowoltaicznych.

W całej rozmowie telefonicznej nie ma żadnej wzmianki o konieczności spełnienia szeregu warunków w celu uzyskania dotacji w wysokości 20 500 zł. Konsultant potwierdza wręcz, że jest to dofinansowanie „do dwudziestu i pół tysiąca złotych na fotowoltaikę”. W rozmowie zautomatyzowanej pada ponadto stwierdzenie dotyczące dotacji: „można ją wykorzystać jak pan chce, np. na stację ładowania, magazyny energii, czy montaż instalacji fotowoltaicznej, który jest ostatnio bardzo popularny, a pozwala to uzyskać oszczędności nawet do 90%”. Konsultanci nie wspominają, że dofinansowanie do samej instalacji fotowoltaicznej wynosi 4 lub 5 tysięcy złotych, a dopiero instalacja dodatkowo elementów magazynowania ciepła, magazynowania energii elektrycznej oraz systemu zarządzania energią pozwala na ubieganie się o dofinansowanie w wysokości łącznie do 20 500 zł.

W przekazanych przez Przedsiębiorcę skryptach znajdują się m.in. następujące informacje kierowane do konsumentów podczas rozmów telemarketingowych:

*„Ze względu na bardzo atrakcyjne warunki, akcja mocno napędza rozwój odnawialnych źródeł w Polsce. Ważną informacją dla potencjalnego klienta jest fakt, iż rozpoczęła się czwarta już edycja programu Mój Prąd, gdzie będzie można uzyskać dofinansowanie do 20500 złotych. (...) Dotacje udzielone w ramach programu Mój Prąd korzystają ze zwolnienia z podatku dochodowego. Oznacza to, że otrzymanych środków podatnik nie jest obowiązany wykazać w zeznaniu rocznym PIT. Czyli dla naszych klientów to CZYSTY ZYSK!”*

*„(...) może Pan skorzystać, jako mieszkaniec naszego regionu - z dofinansowania do 20,5 tys złotych, co pozwoli uniknąć ciągłych podwyżek za energię elektryczną. (...) Czy otrzymał Pan już prognozy na przyszły rok? Mhm, pytam ponieważ niektóre osoby w regionie otrzymały nawet 3 krotnie większe prognozy niż płacą obecnie, a dzięki fotowoltaice może pan się przed tymi i wszystkimi innymi podwyżkami uchronić a zaoszczędzona różnica zostaje w pana portfelu.”*

Tymczasem zgodnie z zasadami Programu Mój Prąd 4.0 dla grantobiorców (Wnioskodawców) rozliczających się z wyprodukowanej energii elektrycznej w systemie tzw. net-billing (wniosek o przyłączenie mikroinstalacji do sieci elektroenergetycznej złożony po 31.03.2022 r.) oraz dla grantobiorców (Wnioskodawców) rozliczających się z wyprodukowanej energii elektrycznej w systemie opustów tzw. net-metering, którzy nie skorzystali z dofinansowania do mikroinstalacji fotowoltaicznej, pod warunkiem przejścia na system rozliczania wyprodukowanej energii elektrycznej tzw. net-billing, wysokość dofinansowania w formie dotacji wynosi do 50% kosztów kwalifikowanych:

1. dla mikroinstalacji fotowoltaicznej (bez zakupu i montażu dodatkowych elementów wskazanych w pkt. c) ppkt a.-c. ) nie więcej niż 4 tys. zł na jedno przedsięwzięcie;
2. dla mikroinstalacji fotowoltaicznej, do której zakupiony i zamontowany zostanie co najmniej jeden dodatkowy element wskazany w pkt. c) ppkt a.-c., nie więcej niż 5 tys. zł na jedno przedsięwzięcie;

3. dla dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej w zakresie:
  - a. magazynowania ciepła - (zasobniki c.w.u zasilane przez pompę ciepła lub kocioł elektryczny, zasobniki c.w.u z grzałką elektryczną, bufony ciepła zasilane przez pompę ciepła lub kocioł elektryczny, bufony ciepła z grzałką elektryczną, bufony ciepła wraz z zasobnikiem c.w.u. stanowiące jedno kompletne urządzenie, pompa ciepła typu powietrze/woda tj. pompa ciepła do c.w.u. + zasobnik c.w.u. lub pompa ciepła do c.w.u. ze zintegrowanym zasobnikiem) - nie więcej niż 5 tys. zł na jedno przedsięwzięcie;
  - b. magazynowania energii elektrycznej - (magazyn energii elektrycznej - akumulator o pojemności minimalnej 2 kWh, cena za 1 kWh nie może przekroczyć 4 tys. zł) - nie więcej niż 7,5 tys. zł na jedno przedsięwzięcie;
  - c. systemu zarządzania energią HEMS/EMS - nie więcej niż 3 tys. zł na jedno przedsięwzięcie pod warunkiem zakupu i montażu magazynu energii elektrycznej lub magazynu ciepła wskazanych w ppkt a i/lub b.

Dla Grantobiorców (Wnioskodawców) wskazanych w ust. 1) łączna maksymalna wysokość dofinansowania wynosi nie więcej niż 20,5 tys. zł na jedno przedsięwzięcie.<sup>15</sup>

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070; dalej: „upnpr”) praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Oceny, czy dana praktyka rynkowa może być uznana za nieuczciwą, dokonuje się biorąc pod uwagę pojęcie „przeciętnego konsumenta”, którym posługuje się ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 ww. ustawy przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W świetle przedstawionej legalnej definicji przeciętnego konsumenta, należy wskazać, że polski ustawodawca przyjął wzorzec konsumenta „świadomego oraz rozważnego” z możliwością dokonania oceny danej praktyki ze względu na szczególne kategorie konsumentów, wprowadzając tym samym swoistą segmentację konsumentów. Modelowi przeciętnego konsumenta należy zatem przypisać cechy charakterystyczne, takie jak dostateczne poinformowanie, uważność, ostrożność. Niemniej nawet ostrożny, uważny konsument nie potrafi ocenić sytuacji tak jak profesjonalista. Stąd też ma on prawo do otrzymywania rzetelnej i prawdziwej informacji, która, przy założeniu dokonania z jego strony aktów staranności celem zrozumienia jej istoty, nie będzie wprowadzać konsumenta w błąd. Nie można również oczekiwać, że przeciętny konsument będzie posiadał wiedzę, pozwalającą mu na bieżącą weryfikację treści informacji przekazanych przez Spółkę.

---

<sup>15</sup> <https://mojprad.gov.pl/o-programie/nabor-iv> (dostęp na dzień 9 marca 2023 r.)

W niniejszym postępowaniu należy przyjąć model przeciętnego konsumenta bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Potencjalnie każdy posiadacz telefonu może być adresatem połączenia telemarketingowego ze strony Spółki. Przy czym szczegółową wiedzę na temat aktualnych warunków programów dofinansowań do instalacji fotowoltaicznych posiadają najczęściej tylko ci konsumenci, którzy niedawno skorzystali z dofinansowania na nowych warunkach lub ci, którzy podjęli już konkretne zaawansowane działania w kierunku nabycia mikroinstalacji z zamiarem zgłoszenia wniosku o dofinansowanie (np. zebrali oferty od różnych przedsiębiorców w zakresie sprzedaży i montażu instalacji fotowoltaicznych, zawarli umowę). Tymczasem w polu zainteresowania Spółki są głównie konsumenci, którzy rozważają dopiero montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej i nie korzystali dotąd z dofinansowania na aktualnych warunkach. Niezależnie od powyższego należy zwrócić uwagę, że konsument bez względu na stopień swojej wiedzy w ww. zakresie, zakłada, że przedsiębiorca działa w dobrej wierze nie wprowadzając w błąd swoich potencjalnych klientów, jest przy tym świadomy, że warunki dofinansowań w ramach programów publicznych mogą ulegać i ulegają zmianom. W związku z tym zasadne jest, by uznać, iż przeciętny konsument jest świadomy i rozważny, jednak wskutek braku szczegółowych informacji na temat aktualnych warunków programu „Mój prąd 4.0” lub ze względu na świadomość możliwości zmian tych warunków może przyjąć informacje otrzymane od Przedsiębiorcy za prawdziwe. Co więcej, obecnie przeciętny konsument może odczuwać skutki inflacji i zmian cen energii elektrycznej, co też sprawia, że komunikaty dotyczące wysokiego dofinansowania, „oszczędności”, „zysku” łatwiej na niego oddziałują.

Konsument, który otrzymał od Przedsiębiorcy informacje o możliwości uzyskania dofinansowania do instalacji fotowoltaicznej w wysokości 20 500 zł może być bardziej skłonny do podjęcia decyzji o wyrażeniu zgody na przekazanie danych osobowych (imię, nazwisko, adres zamieszkania) i spotkaniu z doradcą technicznym w miejscu zamieszkania. Dopiero na takim spotkaniu może ewentualnie dowiedzieć się o dokładnych warunkach i wysokości dotacji. A to właśnie te dane osobowe wraz z informacją o zainteresowaniu montażem mikroinstalacji fotowoltaicznej mają dla Przedsiębiorcy wartość ekonomiczną.

„Dobre obyczaje”, na tle art. 4 ust. 1 upnpr, należy traktować jako normy moralne i zwyczajowe, jakimi przedsiębiorca powinien kierować się w swojej działalności gospodarczej, w szczególności są to staranność i fachowość, jakich należy oczekiwać od uczciwego kupca, zgodnie z ogólnie przyjętymi regułami zwyczaju handlowego w danej branży. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o wynikających z umowy uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty przy zawieraniu umowy i jej realizacji, rzetelnym traktowaniu równorzędnego partnera umowy<sup>16</sup>. Oceniając zgodność działania z dobrymi obyczajami należy mieć na względzie przede wszystkim cel, jaki przedsiębiorca zamierza osiągnąć swoim działaniem lub zaniechaniem<sup>17</sup>.

Spółka, podejmując działania telemarketingowe, ma obowiązek zapewnić, aby przekazywane przez nią informacje były rzetelne i zrozumiałe dla konsumenta. W niniejszej sprawie naruszenie dobrych obyczajów polega na wywołaniu u konsumenta wrażenia, że kwota dotacji dotyczy montażu samej mikroinstalacji fotowoltaicznej. Przedsiębiorca ma obowiązek rzetelnie przedstawiać zasady programu Mój Prąd 4.0. wraz z warunkami przyznania dotacji. Zamiast tego sposób prowadzenia rozmów telemarketingowych może wywołać u konsumenta wrażenie, że kwota 20 500 zł jest kwotą dofinansowania do samej mikroinstalacji fotowoltaicznej. Takie działanie Spółki należy uznać za naruszenie zasad uczciwości, rzetelności i staranności w kontakcie z konsumentem.

<sup>16</sup> por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 grudnia 2006 r., sygn. akt XVII AmC 152/05.

<sup>17</sup> por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009 r., sygn. akt VI ACa 539/09.

Przedmiotem działalności gospodarczej Przedsiębiorcy jest telemarketing, a zatem zaprasza on konsumentów na spotkania w celu przedłożenia konsumentom propozycji zawarcia umowy, a przekazywanie informacji o kwocie dofinansowania ma na celu zachęcenie jak największej liczby konsumentów do przekazania danych osobowych i informacji charakteryzujących ich gospodarstwo domowe, a następnie do wyrażenia zgody na przybycie przedstawiciela firmy zajmującej się montażem instalacji fotowoltaicznych. Takie działanie Przedsiębiorcy utrudnia prawidłową ocenę przez konsumenta warunków otrzymania dotacji, a tym samym może prowadzić do zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.

Czas przeznaczony przez konsumenta na zapoznanie się z informacjami przekazywanymi przez Asmanta Call Center może ostatecznie wpłynąć na decyzję dotyczącą zawarcia umowy z kontrahentem Spółki. Gdyby konsument już na etapie przedkontraktowym miał świadomość, że wysokość dotacji w kwocie 20,5 tys. zł jest możliwa do uzyskania wyłącznie po łącznym spełnieniu szeregu różnych warunków i poniesieniu kilkukrotnie wyższych kosztów wynikających z konieczności zakupu szeregu innych urządzeń poza samą mikroinstalacją fotowoltaiczną, mógłby nie zgodzić się na kontynuowanie rozmowy, przekazanie danych osobowych i spotkanie z handlowcem. Co więcej, nawet, jeśli w trakcie spotkania z handlowcem w sprawie zawarcia umowy na zakup i montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej (i ewentualnie innych urządzeń) konsument uzyskałby od niego prawidłową wiedzę, co do warunków dofinansowania, zafaszowanie procesu zachowania na etapie kształtowania zamiaru zawarcia umowy może mieć wpływ na zachowanie i proces decyzyjny na etapie zawierania umowy. Powyższe potwierdza również orzecznictwo zgodnie z którym *„(...) fakt informowania konsumentów o istniejącym ograniczeniu świadczenia na etapie zawierania umowy nie ma znaczenia dla kwalifikacji prawnej zachowania powoda [przedsiębiorcy]. Ochronie podlega bowiem cały proces podejmowania decyzji przez konsumenta a nie tylko faza bezpośrednio poprzedzająca jej zawarcie. Należy przy tym zwrócić uwagę, że do fazy zawierania umowy, w której powód [przedsiębiorca] udziela informacji o (...) dochodzi po podjęciu przez konsumenta decyzji co do zamiaru zawarcia takiej umowy (...). Informacja ta dociera do konsumenta kiedy jego wola jest już skonkretyzowana a nie kiedy się dopiero kształtuje”* (Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 czerwca 2016 r., sygn. akt XVII AmA 52/15.)

Opisana powyżej praktyka zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie przed zawarciem umowy poprzez wykorzystanie jego niewiedzy. Przeciętny konsument nie posiada dokładnej wiedzy na temat zasad programu Mój Prąd 4.0 oraz warunków otrzymania dofinansowania. Wskazywana w połączeniach telemarketingowych kwota 20 500 zł może się wydawać ogromną kwotą, która pokryje całość lub znaczną część wydatków związanych z montażem mikroinstalacji fotowoltaicznej. W rzeczywistości otrzymanie dofinansowania w takiej wysokości wymaga zainwestowania kwoty kilkukrotnie wyższej od maksymalnej kwoty dotacji. Konsument, „omamiony” możliwością otrzymania dofinansowania w ww. kwocie, może zdecydować się na spotkanie z doradcą technicznym, na które nie zdecydowałby się gdyby przekazano mu rzetelną wiedzę na temat programu.

Kwestionowana przez Prezesa UOKiK praktyka narusza zarówno ekonomiczne, jak i pozaekonomiczne interesy konsumentów. Przede wszystkim, wskutek otrzymywanych informacji, konsumenci mogą być bardziej skłonni do przekazania Przedsiębiorcy swoich danych osobowych (imię, nazwisko, adres zamieszkania, aspekty techniczne dotyczące nieruchomości) w celu umówienia spotkania z przedstawicielem firmy zajmującej się montażem instalacji fotowoltaicznych, co może naruszyć ich interes ekonomiczny. Jednocześnie godzą się oni na spotkanie z przedstawicielem przedsiębiorcy zajmującego się instalacjami fotowoltaicznymi, co z kolei jest związane z poświęceniem swojego czasu i istotnie zwiększa ryzyko zawarcia umowy, której by nie zawarł, gdyby nie pozostawał w



błędnie na etapie rozmów telemarketingowych lub wręcz zawarcia umowy na warunkach, które nie będą optymalne dla konsumenta. Praktyka Spółki narusza również wyjątkowo rażąco interes prawny konsumenta, wyrażający się prawem do pełnej, rzetelnej, nieprowadzącej w błąd informacji na każdym etapie kontraktowania.

Wszystkie przedstawione wyżej argumenty uzasadniają stwierdzenie, że stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka narusza dobre obyczaje oraz zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, a tym samym narusza art. 4 ust. 1 upnr, co z kolei spełnia przesłanki uznania jej za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec powyższego Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I.2. sentencji decyzji.

### **Rygor natychmiastowej wykonalności**

Zgodnie z art. 103 uokik, Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc istotnym i doniosłym. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk naruszane są interesy konsumentów polegające na prawie konsumentów do nieotrzymywania niechcianych informacji o charakterze marketingowych jak również prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcjonistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.

Podkreślić należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyka wskazana w pkt I.1 sentencji decyzji stanowi naruszenie prawa telekomunikacyjnego, a praktyka wskazana w pkt I.2 sentencji decyzji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, której stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 upnr jest bezwzględnie zakazane. Uregulowanie wskazanych

zakazów wiązało się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyk z obrotu.

Za nałożeniem rygoru natychmiastowej wykonalności w niniejszej sprawie przemawia w szczególności wyżej wykazana okoliczność, że stosowane przez Asmanta Call Center praktyki mogą w sposób znaczący godzić w ekonomiczne interesy konsumentów, którzy w trakcie wykonywanych przez Spółkę połączeń telemarketingowych przekazują swoje dane osobowe, które mają istotną wartość rynkową.

Ze względu na rażące naruszenie przez Przedsiębiorcę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych w pkt I niniejszej decyzji praktyk rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podnieść jednocześnie należy, iż brak nałożenia rygoru natychmiastowej wykonalności może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia Przedsiębiorcy, kontynuację ich stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanych praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

W okolicznościach niniejszej sprawy, za nadaniem rygoru natychmiastowej wykonalności nakazowi zaniechania stosowania zakwestionowanej praktyki przemawia również to, że ze względu na zasięg terytorialny działań Przedsiębiorcy, obejmujący całą Polskę, stosowane praktyki dotyczą szerokiego kręgu konsumentów.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na opisane powyżej naruszenie, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

### **Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt III rozstrzygnięcia decyzji)**

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazując sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Zgodnie z art. 106 ust. 3 pkt 3 uokik obrót oblicza się jako sumę udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów, o których mowa w pkt 1 i 2.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 uokik, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony materiał dowodowy w sposób jednoznaczny potwierdza stosowanie przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy

konsumentów, przy czym zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności sprawy przemawiają za zasadnością nałożenia w tym przypadku kary pieniężnej.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 uokik wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Spółka nie złożyła w urzędzie skarbowym zeznania podatkowego o wysokości osiągniętego obrotu za 2022 rok (*dowód: karta 705*), a także nie udzieliła odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu do wskazania i udokumentowania obrotów w rozumieniu art. 106 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, osiągniętych przez Spółkę w 2021 i 2022 roku z prowadzonej ogółem działalności. Zgodnie z oświadczeniem Spółki zawartym w w piśmie Spółki z dnia 28 września 2022 r., przychód netto od początku współpracy z poszczególnymi kontrahentami od 28 lutego 2022 r. do 19 sierpnia 2022 r. wyniósł (*informacja prawnie chroniona*) zł (*dowód: karta 168*). Historia rachunku bankowego Spółki wskazuje, że w ww. okresie przychody ze sprzedaży Spółki mogły być nawet wyższe (*dowód: karta 540a*). Wynika z tego, że przychód Spółki w 2022 r. wyniósł co najmniej (*informacja prawnie chroniona*) zł. I taka też kwota została uznana przez Prezesa Urzędu, na podstawie art. 106 ust. 3 pkt 3 uokik, za podstawę do obliczenia kary.

Postępowanie administracyjne zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte 25 listopada 2022 r., w związku z tym przy ustalaniu wysokości kary nie ma zastosowania art. 106 ust. 8 uokik, który obowiązuje od 1 stycznia 2023 r., tj. wejścia w życie ustawy z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (Dz.U z 2022 r. poz. 2581).

### **Kara pieniężna za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1. sentencji decyzji**

W pierwszej kolejności wskazać należy, że na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka kwestionowana w pkt I.1. sentencji, czyli wykorzystywanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami, co stanowi naruszenie art. 172 ust. 1 w

związku z art. 174 prawa telekomunikacyjnego nie było dziełem przypadku, ani też efektem niezamierzonych działań. Zdaniem Prezesa Urzędu, Asmanta Call Center jako profesjonalista ma obowiązek działania w sposób rzetelny. W żadnej mierze nie powinien ignorować przepisów prawa w celu uzyskania własnych korzyści finansowych.

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia.

Co do praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.1. sentencji decyzji, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że stopień naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy zakwalifikować jako znaczny.

W zakresie praktyki opisanej w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, Przedsiębiorca kierując do konsumentów połączenia telefoniczne o charakterze marketingowym narusza ich prawo do nieotrzymywania niechcianych informacji handlowych. Stosowana przez Asmanta Call Center praktyka jest nie tylko niezgodna z prawem, ale również bardzo uporczywa, uprzykrzająca życie, wręcz agresywna. Konsumenty często powtarzali w skargach, że czuli się nękani. Spółka musiała zdawać sobie z tego sprawę, ponieważ te same skargi, które były kierowane do Prezesa UOKiK były kierowane również bezpośrednio do niej. Co więcej, mimo prośb konsumentów o zaprzestanie telefonów, Spółka nadal je wykonywała. Jest to praktyka zasługująca na szczególnie negatywną ocenę.

Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające. Prezes Urzędu, ustalając wysokość kary pieniężnej w przypadku zarzuconej praktyki nie dopatrywał się okoliczności łagodzących w postaci zaniechania stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcia z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpracy z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienia się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.

Praktyka jest stosowana co najmniej od maja 2022 r. Pierwsza informacja od konsumenta dotycząca działalności Asmanta Call Center wpłynęła do Prezesa UOKiK 16 maja 2022 r. (*dowód: karta 93*). Natomiast pierwszą umowę z kontrahentem o współpracy w zakresie telemarketingu Spółka zawarła w dniu 28 lutego 2022 r. (*dowód: karta 168*). Na dzień wydania niniejszej decyzji Prezes Urzędu nie posiada informacji, by kwestionowana praktyka została zaniechana. Co więcej, napływające wciąż skargi od konsumentów świadczą o dalszym stosowaniu praktyki. Wynika z tego, że praktyka jest stosowana od prawie roku i nie została zaniechana.

Na negatywną ocenę zasługuje również kwestia współpracy Przedsiębiorcy z Prezesem Urzędu w toku postępowania. Spółka ani razu nie udzieliła pełnej odpowiedzi we wskazanym przez Prezesa Urzędu terminie, odmawiała udzielenia odpowiedzi na niektóre zapytania Prezesa Urzędu, wielokrotnie wnioskowała o przedłużenie terminu na odpowiedź. Nie ma przy tym znaczenia, że w przygotowanych przez pełnomocnika Spółki pismach znajdowały się sformułowania o chęci współpracy z Prezesem UOKiK. Przedsiębiorca pomimo wszczęcia wobec niego postępowania nie wykazał rzeczywistej woli wyjaśnienia sprawy i ignorował kwestię naruszania przez niego uokik.

Prezes Urzędu, w odniesieniu do praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.1. sentencji decyzji za okoliczność obciążającą uznał umyślność działania oraz znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Ponadto Spółka osiągała znaczne korzyści finansowe wskutek stosowania kwestionowanej praktyki.

Umyślność działania Przedsiębiorcy wynika nie tylko z faktu bycia profesjonalnym uczestnikiem obrotu rynkowego, na którym spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności działań z obowiązującymi przepisami prawa. Ujawnia się ona również w agresywnym charakterze praktyki, natarczywości, braku poszanowania próśb konsumentów o zaprzestanie wykonywania połączeń.

W odniesieniu do znacznego zasięgu terytorialnego wskazać należy, że Spółka działa na terytorium całego kraju, a połączenia telemarketingowe mógł otrzymać potencjalnie każdy posiadacz aparatu telefonicznego.

Uwzględniając powyższe Prezes Urzędu ustalił wysokość kary za stosowanie praktyki opisanej w punkcie I.1. sentencji niniejszej decyzji na kwotę **605 104,00 zł (słownie: sześćset pięć tysięcy sto cztery złote)** z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I.1. sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa. Kwota ustalonej wyżej kary stanowi (*informacja prawnie chroniona*) % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 uokik.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara pełni przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto jej walor wychowawczy, odstraszający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Należy przy tym wskazać, że w związku z brakiem informacji o obrotach Spółki, Prezes Urzędu nie miał możliwości obliczenia kary pieniężnej z uwzględnieniem całego obrotu. Jednak informacje dotyczące przychodów netto uzyskanych w związku ze współpracą z m.in. (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) (dowód: *karta 168*) wskazują, że w przypadku posiadania pełnych informacji o obrotach Prezes Urzędu miałby możliwość nałożenia kary o znaczenie wyższej wysokości. Dlatego też ustalenie wysokości kary w (*informacja prawnie chroniona*) przewidzianym przez uokik wymiarze jest jak najbardziej uzasadnione.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III.a) sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

### **Kara pieniężna za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2. sentencji decyzji**

W pierwszej kolejności wskazać należy, że na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. W ocenie Prezesa Urzędu nieuczciwa praktyka rynkowa opisana w pkt I.2. sentencji decyzji tj. wywoływanie wrażenia w trakcie prowadzonych przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce rozmów telemarketingowych, podczas których konsument zachęcany jest do umówienia spotkania handlowego dotyczącego usług wykonania mikroinstalacji fotowoltaicznych, że konsument może uzyskać do 20 500 złotych dotacji w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” na

„instalację fotowoltaiczną”, podczas gdy wysokość dofinansowania w postaci dotacji dla mikroinstalacji fotowoltaicznej w ramach „Programu Priorytetowego Mój Prąd Część 1) Program Mój Prąd na lata 2021-2023 (MP4)” wynosi do 4 tys. zł (bez zakupu dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) lub do 5 tys. (przy zakupie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej) na jedno przedsięwzięcie, a koniecznym warunkiem otrzymania łącznej dotacji w wysokości do 20 500 zł w ramach naboru do ww. programu jest zakup i montaż mikroinstalacji fotowoltaicznej oraz jednocześnie wszystkich wymienionych w ww. programie dodatkowych elementów zwiększających autokonsumpcję energii elektrycznej w zakresie magazynowania ciepła, magazynowania energii elektrycznej oraz systemu zarządzania energią, nie była dziełem przypadku, ani też efektem niezamierzonych działań. Zdaniem Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca zdawał sobie sprawę, iż takie działanie może wywoływać u konsumentów błędne wrażenie co do warunków dotacji. Zdaniem Prezesa Urzędu, Asmanta Call Center jako profesjonalista ma obowiązek działania w sposób rzetelny. W żadnej mierze nie powinien wykorzystywać sytuacji konsumenta, jego braku doświadczenia, nieznamości prawa, niewiedzy, zaufania czy naiwności w celu uzyskania własnych korzyści finansowych. Tym samym należy uznać, że Przedsiębiorca umyślnie stosował wskazaną praktykę.

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia.

Co do praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.2. sentencji decyzji, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że stopień naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy zakwalifikować jako znaczny.

Reasumując, kwestionowane zachowanie Spółki uznane zostało za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa i zakwalifikowane jako nieuczciwa praktyka rynkowa. Praktyka zarzucona Przedsiębiorcy może wywoływać skutki przede wszystkim w zakresie interesów ekonomicznych konsumentów. Działanie narusza podstawowe prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji. W przedmiotowej sprawie konsumenci, pod wpływem otrzymywanych informacji, mogli zdecydować o udostępnieniu swoich danych osobowych celem umówienia na spotkanie z przedstawicielem firmy zajmującej się fotowoltaiką. Przedsiębiorca stosując kwestionowaną praktykę osiągał znaczne korzyści finansowe.

Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające. Prezes Urzędu, w odniesieniu do praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.2. sentencji decyzji za okoliczność obciążającą uznał umyślność działania oraz znaczny zasięg terytorialny naruszenia.

W odniesieniu do znacznego zasięgu terytorialnego wskazać należy, że Spółka działa na terytorium całego kraju, a połączenia telemarketingowe mógł otrzymać potencjalnie każdy posiadacz aparatu telefonicznego.

Praktyka była stosowana co najmniej od sierpnia 2022 r. (dowód: nagrania rozmowy telemarketingowej z dnia 12 sierpnia 2022 r., karty 33-33a) i nie została zaniechana.

Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające. Prezes Urzędu, ustalając wysokość kary pieniężnej w przypadku zarzuconej praktyki nie dopatrył się okoliczności łagodzących w postaci zaniechania stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcia z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpracy z Prezesem Urzędu w toku

postępowania, w szczególności przyczynienia się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.

Na dzień wydania niniejszej decyzji Prezes Urzędu nie posiada informacji, by kwestionowana praktyka została zaniechana. Kwestia współpracy z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienia się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania została omówiona w części dotyczącej kary pieniężnej za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1. sentencji decyzji i pozostaje aktualna również w odniesieniu do kary pieniężnej za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2. sentencji decyzji.

Uwzględniając powyższe Prezes Urzędu ustalił wysokość kary za stosowanie praktyki opisaney w punkcie I.1. sentencji niniejszej decyzji na kwotę **605 104,00 zł (słownie: sześćset pięć tysięcy sto cztery złote)** z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I.2. sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa. Kwota ustalonej wyżej kary stanowi (*informacja prawnie chroniona*) % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 uokik.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara pełni przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto jej walor wychowawczy, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Należy przy tym wskazać, że w związku z brakiem informacji o obrotach Spółki, Prezes Urzędu nie miał możliwości obliczenia kary pieniężnej z uwzględnieniem całego obrotu. Jednak informacje dotyczące przychodów netto uzyskanych w związku ze współpracą z m.in. (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) (dowód: *karta 168*) wskazują, że w przypadku posiadania pełnych informacji o obrotach Prezes Urzędu miałby możliwość nałożenia kary o znaczenie wyższej wysokości. Dlatego też ustalenie wysokości kary w (*informacja prawnie chroniona*) przewidzianym przez uokik wymiarze jest jak najbardziej uzasadnione.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III.b) sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

#### **Kara nakładana na osobę zarządzającą (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)**

Zgodnie z art. 106b ust. 1 uokik Prezes Urzędu może nałożyć na osobę zarządzającą karę pieniężną w wysokości do 2 000 000 zł, jeżeli osoba ta, w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 23a lub art. 24. Nałożenie na osobę zarządzającą kary pieniężnej może nastąpić wyłącznie w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 3a lub 4 uokik.

Zgodnie z art. 4 pkt 3a uokik pod pojęciem osoby zarządzającej rozumie się kierującego przedsiębiorstwem, w szczególności osobę pełniącą funkcję kierowniczą lub

wchodzącą w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Za osoby zarządzające uznaje się m.in.: i) osoby wchodzące w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy (np. członek zarządu spółki kapitałowej, spółki partnerskiej lub spółdzielni), które w praktyce kierują przedsiębiorstwem; ii) osoby pełniące funkcję kierowniczą, tj. takie, którym powierzono kierowanie przedsiębiorstwem, lecz które nie wchodzą w skład organu zarządzającego np. dyrektor określonego pionu; iii) inne osoby kierujące przedsiębiorstwem, tj. osoby mogące faktycznie określać kierunki działania przedsiębiorcy nie pełniąc formalnie funkcji kierowniczych w strukturze organizacyjnej przedsiębiorcy, ani nie zasiadając w organach zarządzających przedsiębiorcy.

Asmanta Call Center zawarła umowy o świadczenie usług o charakterze zarządczym z (*informacja prawnie chroniona*), prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą (*informacja prawnie chroniona*) (NIP (*informacja prawnie chroniona*)) oraz (*informacja prawnie chroniona*), prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą (*informacja prawnie chroniona*) (NIP (*informacja prawnie chroniona*)). Obaj nie zasiadają w organach zarządzających Spółki. Jednak treść zawartych przez nich umów o świadczenie usług z Przedsiębiorcą oraz posiadane przez Prezesa Urzędu dowody świadczą o tym, że są to osoby kierujące przedsiębiorstwem, tj. osoby mogące faktycznie określać kierunki działania przedsiębiorcy nie pełniąc formalnie funkcji kierowniczych w strukturze organizacyjnej przedsiębiorcy, ani nie zasiadając w organach zarządzających przedsiębiorcy.

Mając na uwadze, że Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przez Asmanta Call Center Sp. z o.o. z siedzibą w Charkowie (Ukraina) wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału Asmanta Call Center Sp. z o.o. Oddział w Polsce przepisów wymienionych w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, odpowiedzialności podlegają również osoby zarządzające.

Rola (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) w Asmanta Call Center została omówiona poniżej. W tym miejscu Prezes Urzędu zwraca uwagę na fakt, że zarówno (*informacja prawnie chroniona*), jak i (*informacja prawnie chroniona*) byli wcześniej powiązani z (*informacja prawnie chroniona*), wykonującą w Polsce działalność gospodarczą w ramach oddziału (*informacja prawnie chroniona*), której działania były przedmiotem postępowania wyjaśniającego toczącego się przed Prezesem Urzędu o sygn. RŁO.403.2.2021. Głównym przedmiotem działalności (*informacja prawnie chroniona*) było prowadzenie kampanii telemarketingowych na rzecz podmiotów zlecających oraz pozyskiwaniem tzw. leadów, a zatem spółka ta zajmowała się dokładnie tym samym, czym zajmuje się Asmanta Call Center. Obecnie oddział w Polsce tej spółki jest wykreślony z rejestru przedsiębiorców KRS.

Do Prezesa Urzędu były kierowane liczne skargi konsumentów na temat działalności (*informacja prawnie chroniona*), dotyczyły one głównie niechcianych połączeń telefonicznych. Konsumenty wskazywali, że połączenia te miały w ich ocenie charakter uciążliwy (telemarketerzy dzwonili kilka bądź nawet kilkanaście razy w ciągu jednego dnia). W toku rozmów telefonicznych konsultanci zachęcali konsumentów do umówienia się na spotkanie dotyczące instalacji fotowoltaicznej bądź też zapraszali konsumentów na spotkania pokazowe. Łącznie na działania (*informacja prawnie chroniona*) wpłynęło kilkadziesiąt skarg od konsumentów.

Z materiału dowodowego zebranego w postępowaniu wyjaśniającym dotyczącym praktyk (*informacja prawnie chroniona*) wynika, że (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) pełnili w rzeczonyj spółce funkcje kierownicze. (*informacja prawnie chroniona*) kierował placówkami telemarketingowymi, zarządzając zasobami ludzkimi we wszystkich oddziałach (*informacja prawnie chroniona*) w Polsce. Z kolei (*informacja prawnie chroniona*) otrzymał od (*informacja prawnie chroniona*) pełnomocnictwo m.in. do zawierania w imieniu tej spółki umów handlowych oraz umów z



dostawcami mediów czy reprezentowania w zakresie dotyczącym prowadzonej przez tą spółkę działalności. Ze zgromadzonych dowodów wynika, że kontakt z (*informacja prawnie chroniona*) - członkiem organu uprawnionego do reprezentowania zagranicznego przedsiębiorcy, sprowadzał się do wysyłania do ww. osoby dokumentów w postaci elektronicznej z instrukcją gdzie i jak ma je podpisać oraz w jaki sposób ma je odesłać. Maile te były również adresowane do (*informacja prawnie chroniona*), co jest kolejnym dowodem na powiązania między (*informacja prawnie chroniona*) a Asmanta Call Center.

W ocenie Prezesa Urzędu, biorąc pod uwagę przyjęty model prowadzenia działalności oraz powiązania między Asmanta Call Center a (*informacja prawnie chroniona*) osobami (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*), za w pełni uzasadniony należy uznać wniosek, że dopuścili się do ww. naruszeń przez Spółkę w sposób umyślny, dążąc w praktyce do maksymalizacji jej zysków. Pracując dla dwóch spółek prowadzących taką samą działalność, (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) zdawali sobie sprawę z możliwych naruszeń przepisów prawa, które można przypisać tym spółkom. Działalność (*informacja prawnie chroniona*) była przedmiotem zainteresowania nie tylko Prezesa UOKiK, ale również prokuratury oraz Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) decydując się na współpracę we wskazanym w niniejszej decyzji zakresie z Asmanta Call Center nie tylko mieli świadomość i godzili się z tym, że działania tej Spółki - również jako kontynuacja działań (*informacja prawnie chroniona*) - mogą budzić wątpliwości w świetle przepisów uokik, ale wręcz umyślnie dopuścili naruszeń poprzez zapewnianie i nadzorowanie funkcjonowanie Przedsiębiorcy w zakresie, który obejmował również praktyki objęte zarzutami w niniejszej sprawie.

Prezes Urzędu podkreśla przy tym, że zarówno członkowie organu uprawnionego do reprezentowania zagranicznego przedsiębiorcy ((*informacja prawnie chroniona*) w Asmanta Call Center, (*informacja prawnie chroniona*) w (*informacja prawnie chroniona*)), jak i osoby reprezentujące zagranicznego przedsiębiorcę w oddziale ((*informacja prawnie chroniona*) w Asmanta Call Center, (*informacja prawnie chroniona*) w (*informacja prawnie chroniona*)) były różne w przypadku obu spółek, a kontakt z nimi był utrudniony. To właśnie osoby (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) stanowią łącznik między tymi przedsiębiorstwami i to oni zapewniają ich funkcjonowanie. Pełnomocnik Asmanta Call Center stwierdził, że znacznie utrudnione jest uzyskanie jakichkolwiek informacji od osób reprezentujących Spółkę, bowiem kontakt z nimi jest ograniczony. Zarówno Spółka, jak i Pan (*informacja prawnie chroniona*) nie byli również w stanie udostępnić jakiegokolwiek korespondencji z zarządem Spółki, która mogłaby wskazywać, że to właśnie (*informacja prawnie chroniona*) lub (*informacja prawnie chroniona*) są jedynymi osobami podejmującymi wszystkie decyzje dotyczące działalności Przedsiębiorcy. Tymczasem jednocześnie Spółka aktywnie prowadziła działalność telemarketingową, o czym świadczą również liczne skargi konsumenckie, które wpływały do Prezesa Urzędu także pierwszym kwartale 2023 r.

W opinii Prezesa Urzędu odpowiedzialność (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) jako osób zarządzających, wynika nie tylko z ich funkcji w samej Spółce. Zrozumienie ich roli w przedsięwzięciu wymaga całościowego spojrzenia na funkcjonowanie nie tylko Asmanta Call Center, ale też innych podmiotów z nią powiązanych. Działalność gospodarcza prowadzona przez oddziały przedsiębiorców zagranicznych oraz powiązane z nimi fundacje, jednoosobowe działalności gospodarcze i inne podmioty może sugerować wolę rozmycia odpowiedzialności za stosowane praktyki. Zarówno (*informacja prawnie chroniona*), jak i (*informacja prawnie chroniona*) zawarli umowy o świadczenie usług z Asmanta Call Center, (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja prawnie chroniona*) dokładnie tego samego dnia. Co więcej, umowy te mają niemal identyczną treść. W związku z tym zasadne jest stwierdzenie, że (*informacja prawnie chroniona*) i (*informacja*

*prawnie chroniona*) odgrywają bardzo ważną rolę w działaniu Asmanta Call Center i podmiotów powiązanych z nią gospodarczo.

Nażalenie kary na (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*) nie oznacza, że są oni jednymi osobami pełniącymi funkcje zarządzające w Spółce. Zgromadzone przez Prezesa Urzędu dowody wskazują natomiast, że pełnili oni w Spółce funkcje osób zarządzających oraz że w ramach sprawowania swoich funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuścili przez swoje działania lub zaniechania do naruszenia przez Spółkę zakazu określonego w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

### **Wysokość kary pieniężnej nałożona na (*informacja prawnie chroniona*) za dopuszczenie do stosowania przez Spółkę praktyki stwierdzonej w pkt I.1. i I.2. sentencji decyzji**

Prezes Urzędu przypisuje (*informacja prawnie chroniona*) odpowiedzialność za umyślne dopuszczenie do naruszeń dokonanych przez Asmanta Call Center opisanych w pkt I.1. i pkt I.2. sentencji decyzji. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie (*informacja prawnie chroniona*) bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Asmanta Call Center w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne dopuszczenie przez osobę zarządzającą do naruszenia przepisów ustawy. Przy ocenie odpowiedzialności oraz umyślności działania (*informacja prawnie chroniona*) wzięto pod uwagę fakt, iż jest on osobiście zaangażowany w działalność Spółki, a podejmowane przez niego czynności umożliwiają faktyczne funkcjonowanie Przedsiębiorcy.

(*informacja prawnie chroniona*) posiada bardzo szeroki zakres obowiązków, które obejmują znaczącą część działań związanych z prowadzeniem Przedsiębiorstwa. (*informacja prawnie chroniona*) jest odpowiedzialny za szereg czynności „technicznych”, dotyczących działania Asmanta Call Center, m.in. za negocjowanie umów z kluczowymi kontrahentami Spółki czy poszukiwanie rozwiązań minimalizujących koszty i maksymalizujących zyski dla Zleceniodawcy. Ponadto to (*informacja prawnie chroniona*) jest wskazany jako osoba upoważniona do dysponowania rachunkiem bankowym Przedsiębiorcy w podpisanej w dniu 16 listopada 2021 r. Umowie Rachunku Bankowego o nr (*informacja prawnie chroniona*) z (*informacja prawnie chroniona*). Takiego upoważnienia nie posiada nawet (*informacja prawnie chroniona*) - osoba uprawniona do reprezentowania przedsiębiorcy zagranicznego w oddziale.

Istotny dla niniejszej sprawy jest również fakt, że Spółka często powoływała się na trudności w przepływie informacji i dokumentacji pomiędzy centralą Spółki na Ukrainie, a oddziałem w Polsce. O ile trudności te występowały w przypadku konieczności udostępnienia Prezesowi Urzędu żądanych informacji i dokumentów, o tyle ilość otrzymywanych od konsumentów skarg wskazuje, że rzekome wewnętrzne problemy komunikacyjne w spółce nie dotyczyły normalnego funkcjonowania samej Spółki i podejmowania działań jeszcze bardziej aktywizujących telemarketing oparty o rozwiązania i treści zakwestionowane w zarzutach w niniejszym postępowaniu (por. liczbę skarg konsumenckich, które napłynęły do Prezesa Urzędu już po wszczęciu niniejszego postępowania). Przedsiębiorca twierdzi przy tym, że wykonywanie działalności przez Oddział należy oderwać od kwestii zarządczych i kontaktu z osobami sprawującymi funkcje związane z reprezentacją i zarządzaniem. Nawet, jeśli przyjąć wyjaśnienia pełnomocników Spółki za wiarygodne, należy tym bardziej stwierdzić, że w ramach Spółki działają inne osoby pełniące funkcje kierownicze, które są w stanie wyegzekwować aktywizację działalności Spółki pomimo braku kontaktu z osobami piastującymi funkcję w organach Przedsiębiorcy.

(*informacja prawnie chroniona*) współpracuje na podstawie umów o świadczenie usług o charakterze zarządczym z (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*) - głównymi kontrahentami Spółki, dla których prowadzone są kampanie telemarketingowe.

(*informacja prawnie chroniona*) dokonuje ustaleń również z kontrahentami Asmanta Call Center, którzy odpowiadają za techniczną stronę funkcjonowania, m.in. z firmą świadczącą usługi księgowe, firmami zapewniającymi rozwiązania techniczne dla call center.

W ramach pełnionej funkcji (co wynika z zakresu przedmiotowego umowy zawartej ze Spółką oraz innych dowodów zabranych w postępowaniu) (*informacja prawnie chroniona*) kieruje organizacją spółki, zapewniając jej działanie w otoczeniu rynkowym w zakresie współpracy z kluczowymi kontrahentami: usługi księgowe, telekomunikacyjne, bankowe, w zakresie systemów callcenter i ich programowania i wyposażania w bazy danych kontaktowych. To on ma prawo do dysponowania rachunkiem bankowym Spółki, on został wskazany jako osoba, z którą omawiano zawarcie umowy dotyczącej rozwiązań technicznych dla call center. On odpowiadał za wynegocjowanie, zawarcie i wdrażanie stosowanego w Spółce systemu do obsługi callcenter i jego funkcjonalność (import/eksport bazy danych numerów telefonicznych do konsumentów, nadzór nad telemarketerami, przygotowanie treści rozmowy). (*informacja prawnie chroniona*) zgodnie z odpowiedzialnością określoną w umowie, negocjował umowy dostawy usług, wyposażenia i umów z kluczowymi kontrahentami. Takim kluczowym kontrahentem niewątpliwie był dostawca bazy danych anonimowych numerów telefonicznych, wykorzystywanych następnie w obsługiwanych przez Spółkę systemach call-center, za których wdrażanie i funkcjonalność też odpowiadał (*informacja prawnie chroniona*). Wiedział więc zatem, że anonimowym numerom telefonów w bazach nie można przypisać indywidualnych zgód na wykorzystanie tych numerów w celach marketingu bezpośredniego. Oczywiście jest też, że wiedział, że Spółka prowadzi telefoniczny marketing bezpośredni nie dysponując uprzednimi zgodami na taki marketing. Skargi konsumentów m.in. w tym zakresie nasilały się również po postawieniu Spółce zarzutów w zakresie niniejszego postępowania - świadczy to o tym, że Spółka z pełną premedytacją - w dalszym ciągu stosowała zarzucane praktyki. Wiedza o ilości skarg konsumentów, które wpływały do Przedsiębiorcy (w tym w zakresie nieustannego „nękania” telefonami, niemożliwości usunięcia numerów telefonów z bazy danych Spółki, braku zgody na wykonywanie połączeń) musiała dotrzeć do (*informacja prawnie chroniona*). Jako profesjonalista i jako osoba odpowiedzialna (zgodnie z umową) za koordynowanie współpracy z podmiotami świadczącymi obsługę prawną oraz za koordynowanie wdrażania rozwiązań w sytuacjach kryzysowych (*informacja prawnie chroniona*) dopuścił więc umyślnie - co najmniej poprzez zaniechanie - do stosowania przez Spółkę praktyki określonej w pkt I.1. sentencji decyzji.

Odnosząc się do odpowiedzialności (*informacja prawnie chroniona*) za dopuszczenie do stosowania przez Spółkę praktyki określonej w pkt I.2 sentencji decyzji, należy przede wszystkim wskazać ponownie, że odpowiadał on za wdrożenie rozwiązań funkcjonalnych związanych ze stosowanymi systemami call-center (wyposażonymi w m.in. funkcje przygotowania treści rozmów telemarketingowych i systemu monitoringu zgodności pracy telemarketerów z przyjętymi założeniami). Wedle oświadczenia Spółki scenariusze rozmów telemarketingowych zostały dostarczone Spółce przez podmiot zewnętrzny na podstawie zawartej umowy. (*informacja prawnie chroniona*) odpowiada zaś zgodnie z umową za negocjowanie umów z dostawcami zewnętrznymi. Jako profesjonalista, osoba działająca w branży telemarketingu w obszarze fotowoltaiki (także w ramach spółki (*informacja prawnie chroniona*)), a nadto osoba odpowiedzialna w Spółce za koordynowanie współpracy z podmiotami świadczącymi obsługę prawną musiała wiedzieć, że scenariusze te w swojej treści zawierają informacje, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd w odniesieniu do rzeczywistych warunków dofinansowań w ramach programu Mój Prąd. Działania Spółki w tym

zakresie nie ustaly nawet po postawieniu zarzutów w niniejszym postępowaniu. (*informacja prawnie chroniona*), wyposażony w pełną wiedzę także co do oceny prawnej treści stosowanych przez Spółkę scenariuszy rozmów nie podjął żadnych działań zaradczych, także wbrew swoim obowiązkom zawartym w umowie zawartej ze Spółką, zgodnie z którą jest odpowiedzialny za koordynowanie wdrażania rozwiązań sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwie. (*informacja prawnie chroniona*) dopuścił więc umyślnie - co najmniej poprzez zaniechanie - do stosowania przez Spółkę praktyki określonej w pkt I.2. sentencji decyzji.

Ustalając wysokość kary pieniężnej nakładanej na osobę zarządzającą Asmanta Call Center, Prezes Urzędu uwzględnił, iż stwierdzone w pkt I.1 oraz I.2. sentencji praktyki miały znaczny zasięg terytorialny. Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez (*informacja prawnie chroniona*) poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyk opisanych w pkt I.1. i I.2. sentencji, nie znalazł żadnych okoliczności łagodzących.

Uwzględniając okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań i zaniechań, uzasadnione jest nałożenie na (*informacja prawnie chroniona*) kary pieniężnej za dopuszczenie do naruszenia przez Asmanta Call Center zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy.

W zakresie praktyki opisanej w pkt I.1. sentencji decyzji (*informacja prawnie chroniona*), jako profesjonalista znający działalność w zakresie telemarketingu, mógł zadbać o to, by Spółka dysponowała, dla celów marketingu bezpośredniego, uprzednią zgodą abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami.

Z kolei w zakresie praktyki opisanej w pkt I.2. sentencji decyzji (*informacja prawnie chroniona*), jako osoba, która w zawartej z Przedsiębiorcą umowie miała wskazane m.in. „koordynowanie wdrażania rozwiązań sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwie Zleceniodawcy” mógł, posiadając wiedzę o podejmowanych przez Prezesa UOKiK działaniach dotyczących praktyk stosowanych przez Asmanta Call Center, dopilnować by stosowane przez Spółkę skrypty rozmów nie zawierały treści naruszających przepisów upnpr.

Biorąc pod uwagę powyższe, sentencji Prezes Urzędu nałożył na (*informacja prawnie chroniona*):

- karę w wysokości 75 000,00 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyki opisanej w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 3,75% maksymalnego wymiaru kary,

- karę w wysokości 75 000,00 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyki opisanej w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 3,75% maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie Spółki, uwzględniające także korzyści osiągnięte przez ww. osobę ze współpracy ze Spółką (*dowód: karta 709*). Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstraszaający dla innych osób zarządzających przed wpływaniem na stosowanie przez zarządzane przez nie podmioty w przyszłości opisanych niniejszą decyzją praktyk w obrocie z konsumentami.

**Wysokość kary pieniężnej nałożona na (informacja prawnie chroniona) za dopuszczenie do stosowania przez Spółkę praktyki stwierdzonej w pkt I.1. i I.2. sentencji decyzji**

Prezes Urzędu przypisuje (informacja prawnie chroniona) odpowiedzialność za dopuszczenie do naruszeń dokonanych przez Asmanta Call Center opisanych w pkt I.1. i pkt I.2. sentencji decyzji. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie (informacja prawnie chroniona) bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Asmanta Call Center w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne dopuszczenie przez osobę zarządzającą do naruszenia przepisów ustawy. Przy ocenie odpowiedzialności oraz umyślności działania (informacja prawnie chroniona) wzięto pod uwagę fakt, iż jest on osobiście zaangażowany w działalność Spółki, a podejmowane przez niego czynności są związane z koordynacją i nadzorem działalności punktów call center, w których wykonywane są połączenia do konsumentów.

(informacja prawnie chroniona) posiada bardzo szeroki zakres obowiązków, które obejmują znaczną część działań związanych z działalnością centrów telefonicznych (call center). Zgodnie z jego wyjaśnieniami, zajmuje się on koordynacją i nadzorem współpracy różnych zespołów w firmie, które współpracują w celu obsługi całej działalności gospodarczej od kwestii wykonywania połączeń, przez organizację spotkań, po ich przekazanie do kontrahentów, a także obsługę całego procesu od strony kadrowej, księgowej, organizacyjnej, informatycznej, serwisowej. W ramach tej koordynacji i nadzoru wskazuje również kierownikom średniego szczebla, co powinni robić, aby podnieść efektywność pracy w swoim zespole, a także (w odniesieniu do kampanii telemarketingowych dotyczących odnawialnych źródeł energii) kontroluje prawidłowość statusów rozmów telemarketingowych. Celem działań (informacja prawnie chroniona) w zakresie koordynacji i nadzoru jest też zapewnienie harmonizacji i zgodności prac poszczególnych zespołów, w tym odpowiedzialnych za wykonywanie połączeń telemarketingowych półautomatyzowanych i manualnych.

Z wyjaśnień (informacja prawnie chroniona) wynika, że zdarza mu się uczestniczyć w rekrutacjach i przygotowaniu nowych osób do pracy, a co za tym idzie miał on wpływ na przekazywane przez nich informacje podczas rozmów telemarketingowych. Ponadto wskazał on, że: „Zakres moich obowiązków wynika z zawartej umowy. Czasami zdarza się, że zarząd Spółki prosi mnie o realizację zadań wykraczających poza zakres wynikający z zawartej umowy, np. udział w rekrutacjach, przeprowadzenie rozmów z pracownikami/zleceniobiorcami. Jednak te zadania są bliskie temu czym zajmuje się na rzecz Spółki.”

Jak wynika z powyższego, (informacja prawnie chroniona) ma obowiązki i uprawnienia typowe dla funkcji kierowniczych wyższego szczebla. Co więcej, posiada swobodę akceptacji ponoszenia kosztów związanych z działalnością Spółki do kwoty 20 tys. zł.

Nie bez znaczenia dla niniejszej sprawy jest fakt, że (informacja prawnie chroniona) podpisywał umowy z kontrahentami w imieniu (informacja prawnie chroniona). Ponadto w wyjaśnieniach jednego z kontrahentów (informacja prawnie chroniona) był on wskazany jako osoba, z którą dokonywano wszelkich ustaleń w ramach świadczonych usług. Świadczy to, że miał on wpływ na kierunek działalności tej spółki.

Prezes Urzędu przypisuje (informacja prawnie chroniona) odpowiedzialność za dopuszczenie do naruszeń dokonanych przez Asmanta Call Center opisanych w pkt I.1. i pkt I.2. sentencji decyzji. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie (informacja prawnie chroniona)

bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Asmanta Call Center w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

(*informacja prawnie chroniona*) ponadto współpracuje z (*informacja prawnie chroniona*) oraz (*informacja prawnie chroniona*) - głównymi kontrahentami Spółki, dla których prowadzone są kampanie telemarketingowe. Co więcej, (*informacja prawnie chroniona*) zawiera umowy w imieniu (*informacja prawnie chroniona*) z kontrahentami zajmującymi się organizowaniem spotkań o charakterze handlowym. Zdaniem Prezesa Urzędu świadczy to o tym, że (*informacja prawnie chroniona*) dąży do zainteresowania przyjściem na spotkania handlowe organizowane poza lokalem przedsiębiorstwa jak największej liczby konsumentów.

Istotny dla niniejszej sprawy jest również fakt, że Spółka często powoływała się na trudności w przepływie informacji i dokumentacji pomiędzy centralą Spółki na Ukrainie, a oddziałem w Polsce. O ile trudności te występowały w przypadku konieczności udostępnienia Prezesowi Urzędu żądanych informacji i dokumentów, o tyle ilość otrzymywanych od konsumentów skarg wskazuje, że rzekome wewnętrzne problemy komunikacyjne w spółce nie dotyczyły normalnego funkcjonowania samej Spółki i podejmowania działań jeszcze bardziej aktywizujących telemarketing oparty o rozwiązania i treści zakwestionowane w zarzutach w niniejszym postępowaniu (por. liczbę skarg konsumenckich, które napłynęły do Prezesa Urzędu już po wszczęciu niniejszego postępowania). Przedsiębiorca twierdzi przy tym, że wykonywanie działalności przez Oddział należy oderwać od kwestii zarządczych i kontaktu z osobami sprawującymi funkcje związane z reprezentacją i zarządzaniem. Nawet, jeśli przyjąć wyjaśnienia pełnomocników Spółki za wiarygodne, należy tym bardziej stwierdzić, że w ramach Spółki działają inne osoby pełniące funkcje kierownicze, które są w stanie wyegzekwować aktywizację działalności Spółki pomimo braku kontaktu z osobami formalnie reprezentującymi Przedsiębiorcę.

Ustalając wysokość kary pieniężnej nakładanej na osobę zarządzającą Asmanta Call Center, Prezes Urzędu uwzględnił, iż stwierdzone w pkt I.1 oraz I.2. sentencji praktyki miały znaczny zasięg terytorialny. Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez (*informacja prawnie chroniona*) poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyk opisanych w pkt I.1. i I.2. sentencji, nie znalazł żadnych okoliczności łagodzących.

Uwzględniając okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań, uzasadnione jest nałożenie na (*informacja prawnie chroniona*) kary pieniężnej za dopuszczenie do naruszenia przez Asmanta Call Center zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy.

W zakresie praktyki opisanej w pkt I.1. sentencji decyzji (*informacja prawnie chroniona*), jako profesjonalista, mający doświadczenie w zakresie zarządzania działalnością podmiotów prowadzących działalność w zakresie telemarketingu (m.in. (*informacja prawnie chroniona*)), a także jako osoba nadzorująca i koordynująca działalność w Spółce zespołów odpowiedzialnych za wykonywanie rozmów telemarketingowych (półautomatyzowanych i manualnych) i odpowiadająca za jakość, status i zgodność tych rozmów, musiał mieć wiedzę, że połączenia te wykonywane są na anonimowe numery telefonów, którym spółka nie mogła przypisać indywidualnych zgód na wykorzystanie tych numerów w celach marketingu bezpośredniego. Wiedza taka była przekazywana wszak przez Spółkę również konsumentom w korespondencji elektronicznej będącej odpowiedzią na ich skargi i reklamacje. Oczywiście jest więc też, że wiedział, że Spółka prowadzi telefoniczny marketing bezpośredni nie dysponując uprzednimi zgodami na taki marketing. Skargi konsumentów m.in. w tym zakresie nasilały się również po postawieniu Spółce zarzutów w zakresie niniejszego postępowania - świadczy to o tym, że Spółka z pełną premedytacją - w dalszym ciągu

stosowała zarzucane praktyki. Wiedza o ilości skarg konsumentów, które wpływały do Przedsiębiorcy (w tym w zakresie nieustannego „nękania” telefonami, niemożliwości usunięcia numerów telefonów z bazy danych Spółki, braku zgody na wykonywanie połączeń) musiała dotrzeć także do (informacja prawnie chroniona). Jako profesjonalista i jako osoba odpowiedzialna (zgodnie z umową) za weryfikowanie jakości wykonywanych zadań przez poszczególne zespoły, działy i pracowników (*informacja prawnie chroniona*) dopuścił więc umyślnie - co najmniej poprzez zaniechanie - do stosowania przez Spółkę praktyki określonej w pkt I.1. sentencji decyzji. W ramach wykonywania swych obowiązków, powinien zadbać o to, by Spółka dysponowała, dla celów marketingu bezpośredniego, uprzednią zgodą abonentów lub użytkowników końcowych będących konsumentami. Tym bardziej, że to on zajmował się m.in. „poszukiwaniem rozwiązań usprawniających wykonywanie zadań przez poszczególne działy, zespoły lub pracowników i rozwiązań podnoszących efektywność pracy”, a także weryfikowaniem jakości wykonywanych zadań przez zespoły, działy i osoby”. Dopuszczenie do prowadzenia telefonicznego marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody konsumentów należy na skutek działań lub zaniechań (*informacja prawnie chroniona*) uznać za naruszenie jego umownego obowiązku *poszukiwania rozwiązań usprawniających wykonywanie zadań i weryfikowania jakości wykonywanych zadań przez poszczególne zespoły, działy lub pracowników*.

Podobna sytuacja ma miejsce w zakresie praktyki opisanej w pkt I.2. sentencji decyzji. Jako profesjonalista, osoba działająca w branży telemarketingu w obszarze fotowoltaiki (także w ramach spółki (*informacja prawnie chroniona*)), a nadto osoba odpowiedzialna w Spółce nadzór i koordynację różnych działów Spółki, w szczególności za weryfikację jakości, statusu i zgodności treści prowadzonych rozmów telemarketingowych w obszarze odnawialnych źródeł energii (*informacja prawnie chroniona*) musiał wiedzieć, że realizowane w nadzorowanych przez niego zespołach scenariusze rozmów w swojej treści zawierają informacje, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd w odniesieniu do rzeczywistych warunków dofinansowań w ramach programu Mój Prąd. Działania Spółki w tym zakresie nie ustały nawet po postawieniu zarzutów w niniejszym postępowaniu. (*informacja prawnie chroniona*), wyposażony w pełną wiedzę także co do oceny prawnej treści stosowanych przez Spółkę scenariuszy rozmów (choćby z tego względu, że otrzymał postanowienie o wszczęciu postępowania w niniejszej sprawie z uzasadnieniem zarzutów) nie podjął żadnych działań zaradczych, także wbrew swoim obowiązkom zawartym w umowie zawartej ze Spółką. (*informacja prawnie chroniona*) dopuścił więc umyślnie - co najmniej poprzez zaniechanie - do stosowania przez Spółkę praktyki określonej w pkt I.2. sentencji decyzji.

(*informacja prawnie chroniona*) mógł, posiadając wiedzę o podejmowanych przez Prezesa UOKiK działaniach dotyczących praktyk stosowanych przez Asmanta Call Center, dopilnować by stosowane przez Spółkę skrypty rozmów nie zawierały treści naruszających przepisy upnpr.

Biorąc pod uwagę powyższe, sentencji Prezes Urzędu nałożył na (*informacja prawnie chroniona*):

- karę w wysokości 50 000,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyki opisanej w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 2,5% maksymalnego wymiaru kary,

- karę w wysokości 50 000,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 uokik w zakresie praktyki opisanej w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 2,5% maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie Spółki, uwzględniające także korzyści osiągnięte przez ww. osobę ze współpracy ze Spółką (*dowód: karta 709*). Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych osób zarządzających przed wpływaniem na stosowanie przez zarządzane przez nie podmioty w przyszłości opisanych niniejszą decyzją praktyk w obrocie z konsumentami.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

### **Koszty postępowania (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)**

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 66,40 zł (słownie: sześćdziesiąt sześć złotych czterdzieści groszy).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt V sentencji decyzji.

### **Pouczenia**

- Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.



- Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. 2021 poz. 1805 ze zm., dalej: kpc) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

- W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 k.p.a., w związku z art. 83 uokik, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 uokik, w związku z art. 479<sup>32</sup> kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź, w terminie tygodnia od daty doręczenia decyzji.

- W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 1 kpa w zw. z art. 83 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

- Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2022 r. poz. 1125 ze zm.) odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

- Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

- Zgodnie z art. 102 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie fizycznej, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek. Do wniosku o zwolnienie od kosztów sądowych powinno być dołączone oświadczenie obejmujące szczegółowe dane o stanie rodzinnym, majątku, dochodach i źródłach utrzymania osoby ubiegającej się o zwolnienie od kosztów.

- Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

- Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

- Stosownie do treści art. 117 § 1, § 2, § 3 i § 4 kpc, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub

radcy prawnego. Osoba fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy. Osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swego zamieszkania, który niezwłocznie przesyła ten wniosek sądowi właściwemu.

**Otrzymują:**

*(usunięto)*